

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
École Supérieure de Management Tlemcen

قسم الطور الثاني
Département du second cycle



Projet de Fin d'Étude « Master »

Dans le cadre de l'arrêté ministériel n°008 modifiant et complétant l'arrêté n°1275 fixant les modalités d'élaboration d'un projet de fin d'études en vue de l'obtention d'un
« Diplôme universitaire - diplôme Startup »

Filière : Sciences commerciales
Spécialité : Marketing

« PROXICARE »

Vers la numérisation des services à la personne .

Présenté Par :

DJOUAD Ayaterrahmane

Date de soutenance :

22 /06 / 2025

Devant le jury composé de :

Nom et prénom	Grade	Etablissement	Qualité
OTMANI Habib	Dr	ESM Tlemcen	Président
BENAISSA Kamal Eddine	Dr	ESM Tlemcen	Examinateur
MEZIANE Tadj	Pr	ESM Tlemcen	Encadrant
KHEDIM Amel	Pr	ESM Tlemcen	Co-Encadrante
ZENASNI Soumia	Pr	ESM Tlemcen	Représentante de l'incubateur
BOUKLIKHA Yacine	Dr	ESM Tlemcen	Partenaire socioéconomique

Année universitaire : 2024/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ}

[11: المجادلة]

Remerciements :

Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance à toutes les personnes qui m'ont accompagné(e) et soutenu(e) tout au long de l'élaboration de ce travail.

*Je remercie tout particulièrement **Pr Meziane Tadj**, mon encadrant académique, pour sa confiance, son accompagnement rigoureux et ses précieux conseils qui ont grandement contribué à la structuration et à l'aboutissement de ce projet.*

*Mes remerciements vont également à **Pr Khedim Amel**, ma co-encadrante, pour sa disponibilité, sa bienveillance et ses remarques constructives qui m'ont permis d'approfondir ma réflexion et de faire évoluer le projet **Proxicare** dans la bonne direction.*

*Je souhaite également remercier l'ensemble des enseignants de l'école supérieure de management de **Nemcen** pour la qualité de leur enseignement et pour m'avoir transmis les outils nécessaires à la réalisation de ce travail.*

Enfin, j'adresse mes sincères remerciements à ma famille et à mes proches pour leur soutien indéfectible tout au long de mon parcours.

À tous, merci du fond du cœur.

Dédicace :

En préambule à ce mémoire, je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers Dieu Tout-Puissant, qui m'a offert l'opportunité d'atteindre ce stade de savoir, et qui m'a accordé la force, le courage et la patience nécessaires pour mener à bien ce modeste travail.

Ce travail est dédié à la mémoire de mon grand-père maternel,

***MATALLAH**, paix à son âme, un homme de grande sagesse et de cœur, dont le souvenir reste vivant en moi. Puisse ce modeste travail lui rendre un hommage sincère.*

Je le dédie également à ma famille, source constante de force et d'inspiration :

*À ma grand-mère **Saïda**, pilier de la famille, pour son amour et ses prières.*

*À ma mère **Dounia**, pour son amour incommensurable, sa patience et ses sacrifices.*

*À ma sœur **Arij**, pour sa présence et son soutien affectueux.*

*À mes oncles maternels : **Salim, Adlen, Amine et Nasreddine**, ainsi qu'à leurs épouses et leurs enfants, pour leurs encouragements.*

*À ma tante maternelle **Saoussen**, à son mari et à ses enfants, pour leur bienveillance et leur présence réconfortante.*

*À tous mes amis et proches, qui ont cru en moi, soutenu et encouragé tout au long de ce parcours, spécialement : **Fedoua, Insaf et Amira** pour leur amitié précieuse et leur présence à mes côtés dans les moments clés.*

Et à moi-même,

pour avoir persévéré malgré les doutes, les nuits blanches, et les multiples remises en question.

Pour n'avoir jamais cessé de croire en mes idées, même quand le chemin semblait flou.

Ce projet est le fruit de mon engagement, de ma résilience, et de ma foi en un avenir meilleur.

À vous tous, avec tout mon amour et ma gratitude.

Liste des tableaux :

N° du Tableau	Titre	Page
01	Définition des objectifs de Proxicare selon la méthode SMART	20-21
02	Analyse PESTEL du projet Proxicare dans le contexte algérien	43 -44 - 45
03	Benchmark des solutions d'aide à domicile	45 -46
04	Diagnostic stratégique interne et externe de Proxicare selon la matrice SWOT	48
05	Pondération et évaluation stratégique des facteurs internes et externes de Proxicare (SWOT pondérée)	48- 49
06	Application du mix marketing 4P+2P+2C+3S à chaque phase du cycle de vie de Proxicare	53-54
07	Canaux de distribution de Proxicare à travers les différentes phases du cycle de vie	55
08	Stratégies de communication (Promotion) de Proxicare selon les phases du cycle de vie du produit	56
09	Répartition des partenaires et de leurs rôles dans l'écosystème Proxicare	66
10	Estimation du chiffre d'affaires optimiste de Proxicare sur 5 ans	79
11	Estimation du chiffre d'affaires pessimiste de Proxicare sur 5 ans	80
12	Estimation des actifs de Proxicare sur 5 ans	82
13	Estimation du passif de Proxicare sur 5 ans	82-83
14	Compte de résultat prévisionnel de Proxicare pour la période N à N+4	84

Liste des figures :

N° de la Figure	Titre	Page
01	Diagramme à barres horizontales représentant les principaux défis rencontrés au quotidien selon les répondants	6
02	Diagramme à barres horizontales représentant les principaux obstacles à la recherche d'un auxiliaire de vie	8
03	Diagramme de Gantt du projet Proxicare – planification du projet sur 12 mois	21
04	Matrice de classification des innovations selon leurs natures	33
05	Positionnement stratégique des solutions d'aide à domicile selon leur niveau de digitalisation et de transparence	46
06	Processus opérationnel de livraison des prestations à domicile via Proxicare	63
07	Organigramme hiérarchique de l'équipe Proxicare	68
08	Business Model Canvas de Proxicare	69

Liste des abréviations :

N°	Abréviati on	Signification
01	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
02	OMS	Organisation mondiale de la santé
03	ONS	Office national des statistiques (Algérie)
04	CHU	Centre hospitalo-universitaire
05	SAA	Société Algérienne d'Assurance
06	ASF	Algerian Startup Fund
07	BNA	Banque Nationale d'Algérie
08	SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
09	PESTEL	Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Environnemental, Légal
10	SMART	Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporel
11	BMC	Business Model Canvas
12	4P+2P +2C+3S	Product+ Prix+ Place+ Promotion + People + Process + Customer+ Communication + Site+ Sales promotion+ Security
13	TAM	Total Addressable Market
14	SAM	Serviceable Available Market
15	SOM	Serviceable Obtainable Market
16	AI	Artificial Intelligence
17	SMS	Short Message Service
18	FAQ	Foire Aux Questions
19	HAD	Hospitalisation à Domicile
20	PFE	Projet de Fin d'Études

Liste des images :

N°	Description de l'image	Page
1	Logo de l'application Proxicare	14
2	Interface utilisateur – Écran d'accueil	89
3	Interface utilisateur – Écran d'accueil	90
4	Écran d'accueil de l'application Proxicare : choix entre demander un service ou trouver un emploi	91
5	Choix de prestation	92
6	Choix de la distance	93
7	Ajustement des tarifs	94
8	Interface utilisateur – Réservation d'un service	95

Table des matières :

Introduction générale	1
I. Premier axe : Présentation du projet	3
1- Enjeux et besoins.....	4
2- L'idée du projet	9
3- L'originalité de l'idée	16
4- Valeurs ajoutées	18
5- Objectifs et buts du projet	20
6- Calendrier de mise en œuvre du projet	21
1.7 Equipe de projet	24
II. Deuxième axe : les aspects d'innovation et leurs natures	31
1- Nature des innovations	32
2- Domaines des innovations	36
III. Troisième axe : Analyse stratégique du marché.....	39
1- Segmentation du marché	40
2- Mesure de l'intensité de la concurrence	45
3- La stratégie marketing	52
IV. Quatrième axe : Plan de production et organisation	62
1- Processus de Production et de Livraison de Proxicare	63
2- Principaux partenaires	66
3- L'organigramme	68
4- Business model canvas (BMC)	69
V. Cinquième axe : Plan financier	74
1- Les coûts et les charges	75
2- Le chiffre d'affaires	79
3- Bilan prévisionnel	82
4- Le tableau des états financiers.....	84
VI. Sixième axe : Le prototype	88

Conclusion générale.....	97
Références	98
Résumé.....	100
Annexes	102

Introduction générale

Introduction générale

L'Algérie fait face à une transition démographique marquée par un vieillissement rapide de sa population (**Office National des Statistiques, 2021**), accentuant les besoins de soins et de soutien pour les personnes âgées. Cette situation pose des défis importants en matière de santé et d'accompagnement social, alors que les services d'aide à domicile restent souvent limités et peu accessibles (**UNFPA Algérie, 2022**). De plus, les personnes âgées constituent une tranche de la population souvent marginalisée, avec un besoin grandissant de maintien de leur autonomie et de dignité (**Organisation mondiale de la santé, 2021**).

Parallèlement, l'Algérie s'engage dans une transformation numérique qui touche de plus en plus de secteurs, encouragée par une volonté nationale de moderniser les services publics et privés (**Ministère de la Numérisation et des Statistiques, 2023**). Cette initiative de digitalisation ouvre de nouvelles perspectives, notamment dans le domaine des services de proximité, en offrant des solutions modernes pour répondre aux besoins de la population. Cependant, malgré cet élan, il existe peu de plateformes numériques dédiées spécifiquement à la mise en relation entre les personnes âgées et les auxiliaires de vie, créant ainsi un manque dans l'accès aux soins et au soutien nécessaires pour cette population.

Dans ce contexte, le développement d'une application mobile visant à connecter les personnes âgées et/ou en situation de dépendance avec des auxiliaires de vie qualifiés représente une solution pertinente et innovante. Cette plateforme permettrait non seulement de répondre aux besoins d'accompagnement exprimés par les familles et les aidants, mais aussi d'exploiter pleinement les avantages de la digitalisation au service du maintien à domicile. Une telle initiative favoriserait l'autonomie des personnes âgées tout en intégrant les avancées numériques pour rendre les services d'aide plus accessibles et plus efficaces.

Ce projet a pour objectif de proposer une réponse innovante aux défis actuels de l'Algérie, notamment en matière de vieillissement démographique, de digitalisation des services et de cohésion sociale, en facilitant l'accès à une assistance à domicile digne, fiable et accessible à travers une application mobile numérique dédiée.

Premier axe :

Présentation du projet

I. Premier axe : Présentation du projet

Le vieillissement démographique constitue aujourd'hui un enjeu majeur à l'échelle mondiale, avec des répercussions profondes sur les systèmes de santé, de protection sociale et d'accompagnement des populations vulnérables. L'Algérie n'échappe pas à cette dynamique : l'élévation progressive de l'espérance de vie, combinée à une transformation des structures familiales et à l'urbanisation croissante, entraîne une augmentation significative des besoins en assistance à domicile pour les personnes âgées et celles en situation de dépendance.

Face à cette évolution, le système de prise en charge traditionnel montre certaines limites, notamment en matière de disponibilité, de qualité des services rendus et de reconnaissance du travail des aidants. Le recours à des auxiliaires de vie devient dès lors une nécessité, mais reste encore peu structuré en Algérie, tant sur le plan réglementaire que sur le plan opérationnel. Dans ce contexte, l'intégration des technologies numériques dans le domaine médico-social apparaît comme un levier pertinent pour améliorer l'accessibilité, la qualité et la coordination des services d'aide à domicile.

C'est dans cette perspective que s'inscrit le projet **Proxicare**, une application mobile développée pour répondre aux besoins spécifiques du marché algérien. Cette plateforme vise à faciliter la mise en relation entre les personnes en perte d'autonomie et des auxiliaires de vie qualifiés, tout en garantissant un cadre sécurisé, transparent et adapté aux exigences des usagers.

Au-delà de la simple intermédiation, Proxicare entend promouvoir une approche centrée sur la dignité, l'inclusion et le respect des bénéficiaires, tout en valorisant les professionnels du secteur. Il s'agit ainsi de contribuer à la structuration d'un écosystème de services à domicile en Algérie, fondé sur l'innovation sociale et l'engagement éthique. Par son positionnement, **Proxicare** ambitionne de devenir un acteur de référence dans l'accompagnement des personnes âgées et/ou en perte d'autonomie, en inscrivant la technologie au service du bien-être et de la solidarité intergénérationnelle.

I.1 Enjeux et besoins

- L'évolution des besoins en assistance à domicile

L'Algérie, comme de nombreux pays à travers le monde, fait face à un vieillissement progressif de sa population. Selon les données de l'**Office National des Statistiques (ONS)**, la population résidente totale en Algérie a atteint 44,6 millions d'habitants au 1^{er} janvier 2021 (**ONS, 2021**), et la proportion des personnes âgées de 60 ans et plus représente environ 10 % de cette population. Cette tendance devrait continuer à s'accroître, avec une estimation de 15 % de seniors d'ici 2035 (**Algérie360, 2023**).

Cette transition démographique entraîne une augmentation des besoins en soins et en assistance à domicile, car le vieillissement s'accompagne généralement d'une hausse des maladies chroniques, d'une perte d'autonomie et d'un besoin accru de soutien quotidien.

- L'évolution de la structure familiale et son impact

Parallèlement, la structure familiale en Algérie a considérablement évolué au cours des dernières décennies. Le passage d'un modèle de **famille élargie** (où plusieurs générations vivent sous le même toit) à un modèle de **famille nucléaire** (parents et enfants seulement) est une tendance mondiale observée dans de nombreuses sociétés, y compris dans l'Algérie, en particulier dans les zones urbaines (**Benakcha, 2013, pp. 163–172**).

Ce changement a un impact direct sur la prise en charge des personnes âgées et dépendantes, car les proches aidants sont de moins en moins disponibles en raison des contraintes professionnelles et sociales. De plus, avec l'urbanisation croissante, de nombreuses familles se retrouvent éloignées géographiquement de leurs proches âgés, ce qui accentue le besoin d'un service structuré d'auxiliaires de vie capable d'assurer un suivi régulier et sécurisé.

- L'augmentation des maladies chroniques et de la dépendance

L'OMS souligne que le vieillissement est souvent associé à une augmentation des maladies chroniques et des limitations fonctionnelles (**Santé, Vieillesse et santé, 2024**), nécessitant un suivi particulier, telles que les maladies cardiovasculaires, le diabète, les maladies neurodégénératives comme Alzheimer et la perte de mobilité liée à l'âge.

En Algérie, cette tendance est préoccupante : les personnes âgées de 60 ans et plus représentent environ 11 % de la population en 2023, et ce chiffre devrait atteindre 20 % d'ici 2040 selon les projections du Bureau national des statistiques (**ONS**).

Ce vieillissement s'accompagne d'une forte prévalence des pathologies chroniques. **L'Institut national de santé publique (INSP)** indique que plus de 57 % des décès sont liés à des maladies chroniques, en particulier les maladies cardiovasculaires, le diabète, les cancers et les maladies respiratoires (**Agence Presse Service, 2022**)

Les problèmes d'accès aux services d'auxiliaires de vie en Algérie

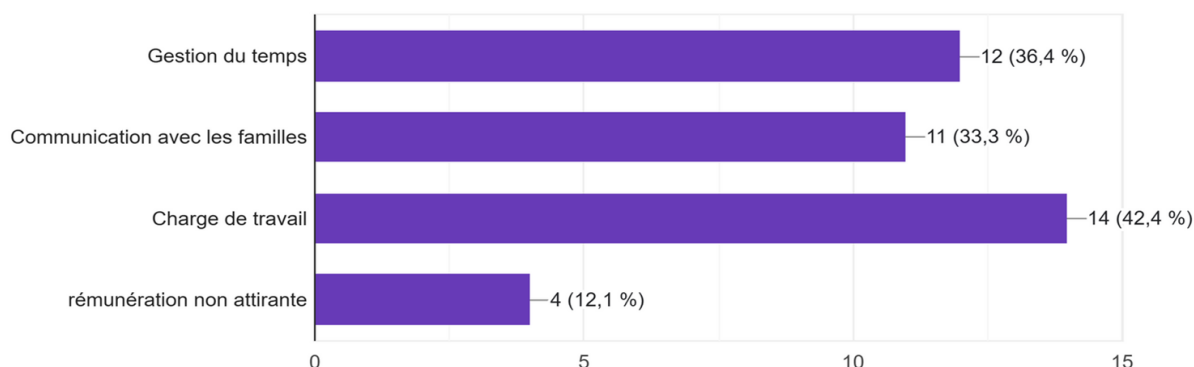
Malgré l'accroissement des besoins en assistance à domicile, le secteur des auxiliaires de vie en Algérie reste largement sous-développé et présente plusieurs problématiques majeures.

Le graphique ci-dessous présente les résultats d'une enquête en ligne réalisée auprès de 33 répondants travaillant dans le domaine de l'assistance à domicile en Algérie. Cette enquête visait à identifier les principaux défis auxquels sont confrontés quotidiennement les auxiliaires de vie. Les données ont été recueillies de manière anonyme via un formulaire numérique, garantissant ainsi la fiabilité et la sincérité des réponses :

Figure01 : Diagramme à barres horizontales qui représente les principaux défis rencontrés au quotidien selon les répondants.

Quels sont les principaux défis que vous rencontrez au quotidien ?

33 réponses



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

- **Charge de travail élevée :** 42,4 % des répondants estiment que la quantité de travail est excessive, ce qui peut engendrer une fatigue physique et psychologique.
- **Gestion du temps :** 36,4 % des auxiliaires de vie déclarent rencontrer des difficultés à organiser efficacement leurs journées, notamment en raison des horaires irréguliers et des déplacements fréquents.
- **Communication avec les familles :** 33,3 % des sondés soulignent des problèmes de coordination et d'échange avec les proches des bénéficiaires, ce qui peut entraîner des malentendus et des attentes non alignées.
- **Rémunération non attractive :** 12,1 % des auxiliaires considèrent que leur salaire ne reflète pas la charge de travail et les responsabilités qu'ils assument, ce qui peut être un frein à l'attractivité du métier.

Ces défis mettent en évidence la nécessité d'une structuration du secteur afin d'améliorer les conditions de travail des auxiliaires de vie et, par conséquent, la qualité des services offerts aux bénéficiaires.

- Des difficultés d'accès à des services de confiance

En raison du caractère informel du secteur, les familles éprouvent des difficultés à trouver des intervenants qualifiés et fiables. Cette situation pose plusieurs problèmes, notamment :

- Le risque d'abus et de maltraitance en l'absence de suivi officiel.
- L'absence d'assurance ou de protection pour les intervenants et les familles en cas de litige.
- Une inégalité d'accès aux services d'aide à domicile, notamment pour les familles vivant dans des zones éloignées.

- Un besoin croissant de flexibilité et de réactivité

Les familles recherchent aujourd'hui des solutions rapides et adaptées à leurs besoins spécifiques. Elles souhaitent pouvoir réserver une assistance en ligne, choisir des intervenants qualifiés et évalués, et avoir un suivi transparent des prestations.

La digitalisation représente une opportunité majeure pour moderniser ce secteur. Selon un rapport de l'**OMS**, l'utilisation de solutions numériques pour l'assistance à domicile permettrait d'augmenter de 40 % l'efficacité des soins et de réduire de 25 % les coûts associés. (**Santé, Digital health: Transforming and improving population health**, 2021) .

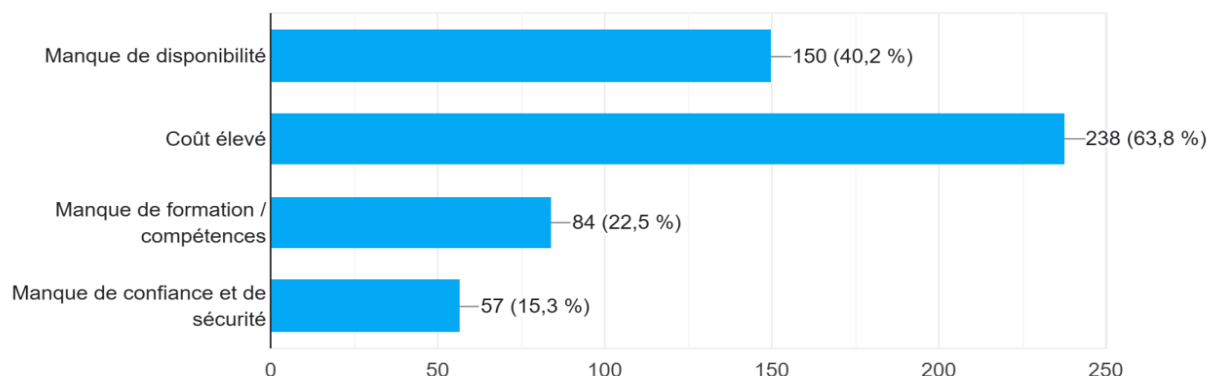
- Obstacles rencontrés dans la recherche d'un auxiliaire de vie

L'accès à des services d'auxiliaires de vie en Algérie est entravé par plusieurs défis majeurs. Une enquête réalisée auprès de 373 personnes met en évidence les principaux obstacles rencontrés :

Figure02 : Diagramme à barres horizontales qui représente les principaux obstacles à la recherche d'un auxiliaire de vie.

Quels sont vos principaux obstacles à la recherche d'un auxiliaire de vie ?

373 réponses



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

L'accès à des services d'auxiliaires de vie en Algérie est entravé par plusieurs défis majeurs. Une enquête réalisée auprès de 373 personnes met en évidence les principaux obstacles rencontrés :

- **Le coût élevé des services** : 63,8 % des répondants considèrent que le prix des prestations constitue un frein majeur. L'absence de réglementation tarifaire et le recours au secteur informel aggravent cette problématique.
- **Le manque de disponibilité** : 40,2 % des participants signalent une difficulté à trouver des auxiliaires de vie disponibles selon leurs besoins. L'offre actuelle est insuffisante par rapport à la demande croissante.
- **Le manque de formation et de compétences** : 22,5 % des sondés estiment que les professionnels manquent de qualifications adaptées, ce qui réduit la qualité des services rendus.
- **Le manque de confiance et de sécurité** : 15,3 % des familles expriment des inquiétudes quant à la fiabilité des prestataires, soulignant l'absence de certification et de contrôle dans ce secteur.

Ce constat met en évidence la nécessité d'une plateforme structurée et sécurisée pour répondre à ces besoins de manière efficace et accessible.

I.2 L'idée du projet

L'initiative « **Proxicare** » est une application mobile digitale innovante, conçue pour mettre en relation les auxiliaires de vie (les aidants à domicile) et les personnes âgées et/ou en perte d'autonomie, répondant ainsi à un besoin médico-sociétal. L'idée principale est de tirer parti de la technologie pour faciliter la communication et la collaboration entre les aidants et les familles, en veillant à ce que les personnes âgées reçoivent les soins et l'attention qu'elles méritent. Ce projet vise non seulement à améliorer la qualité de vie des personnes âgées ou dépendantes, mais également à la création de l'emploi dans le domaine d'aide à la personne en Algérie.

La vision de « **Proxicare** » est de créer un écosystème complet qui donne la priorité au bien-être des personnes âgées dépendantes tout en fournissant des ressources, des programmes de formation et un réseau fiable aux aidants et aux familles. Cette application mobile vise à combler l'écart entre la demande et l'offre dans le secteur des soins, en favorisant une communauté qui valorise la compassion, le respect et la qualité des services.

Grâce à un système sécurisé et digitalisé, **Proxicare** garantit :

- **Une mise en relation rapide et fiable** : sélection rigoureuse des prestataires.
- **Une transparence des tarifs et des paiements** : paiement sécurisé, flexibilité tarifaire.
- **Un accompagnement et une formation continue des auxiliaires de vie.**

En somme, « **Proxicare** » est une initiative holistique qui répond aux défis en se concentrant sur l'intersection entre **la santé, la technologie et la responsabilité sociale**. *Proxicare* contribue à améliorer globalement la qualité des soins au sein de la communauté, tout en promouvant une approche inclusive et humaine de la prise en charge.

Une réponse aux défis du maintien à domicile

L'évolution démographique en Algérie, marquée par le vieillissement de la population et l'augmentation des maladies chroniques, impose de repenser les modes de prise en charge des patients en perte d'autonomie. Face aux limites des structures hospitalières, notamment en matière

d'hospitalisation à domicile (HAD), et à la rareté de solutions réellement adaptées et accessibles, *Proxicare* se positionne comme une réponse innovante, visant à faciliter l'accès aux auxiliaires de vie qualifiés et à renforcer durablement le maintien à domicile des personnes en situation de dépendance.

Qu'est-ce que l'HAD ?

L'hospitalisation à domicile (HAD) est une alternative aux séjours prolongés à l'hôpital, permettant aux patients nécessitant des soins médicaux intensifs de **bénéficier d'une prise en charge à domicile**. Ce dispositif est particulièrement utile pour les **patients âgés, souffrant de maladies chroniques ou en post-opération**, nécessitant un suivi médical régulier. (Santé, Health at home: The future of healthcare services, 2021, p. 23) .

Le cadre réglementaire :

En Algérie, l'HAD est progressivement intégrée dans le système de santé. **La loi relative à la santé n°18-11 du 2 juillet 2018 (Section 3, Articles 86-87)** établit un cadre légal encourageant cette approche (Algérienne, 2018). Elle met l'accent sur :

- **L'égal accès aux soins pour les personnes âgées et handicapées**
- **Le développement de programmes de soins à domicile pour soulager les hôpitaux**

Proxicare s'inscrit dans une logique de complémentarité avec les dispositifs existants, notamment l'Hospitalisation à Domicile (HAD), en offrant des services d'accompagnement personnalisés visant à renforcer la continuité des soins et le confort des bénéficiaires à domicile, tels que :

- **L'assistance aux actes de la vie quotidienne**, incluant l'aide à la toilette, à l'habillage, à l'alimentation et aux déplacements, assurée par des auxiliaires de vie qualifiés ;
- **La surveillance non médicale**, permettant un suivi régulier de l'état général des bénéficiaires (appétit, sommeil, comportement, mobilité);
- **Le soutien psychologique et la stimulation cognitive**, à travers des interactions régulières, des activités adaptées et un accompagnement relationnel réduisant le risque d'isolement social ;

- **La planification intelligente des interventions**, grâce à un algorithme de mise en relation tenant compte des disponibilités, de la localisation géographique, des tarifs et des compétences spécifiques requises.

Signification de l'Acronyme "Proxicare"

Le nom "**Proxicare**" combine les mots "Proximité" et "Care" (soin, en anglais), créant une identité claire pour un service qui vise à rapprocher les aidants des personnes âgées dans le besoin.

- **"Proximité"** : Ce terme évoque la relation de proximité, non seulement en termes géographiques, mais aussi en termes de lien humain et de connexion. En choisissant ce mot, l'objectif est de souligner que les aidants ne sont pas de simples prestataires de services, mais des personnes présentes et disponibles pour offrir une assistance de qualité et un soutien moral. L'idée de proximité inclut également la capacité à répondre rapidement et efficacement aux besoins des utilisateurs, en créant un réseau d'aidants locaux et facilement accessibles.
- **"Care"** : Ce mot anglais renvoie directement à la notion de soin, de compassion et de bienveillance. Il ne s'agit pas seulement d'assistance technique, mais d'une prise en charge empathique et respectueuse. En insistant sur le "Care", Proxicare montre l'importance de la dimension humaine et affective dans les services fournis, veillant à ce que chaque interaction soit marquée par l'attention et la compréhension.

Image de marque : Une identité forte et engageante

- Le choix du nom "**Proxicare**" n'est pas anodin ; il incarne parfaitement la mission et les valeurs de la plateforme en combinant deux concepts fondamentaux : la **proximité** et le **care** (soin en anglais). Ce nom, à la fois simple, moderne et évocateur, projette une image professionnelle et chaleureuse, inspirant immédiatement confiance aux utilisateurs.

- L'élément "**Proxi**" met en avant l'idée d'un service accessible, proche des besoins des personnes âgées et de leurs familles, tout en soulignant l'importance du lien humain et du soutien au quotidien. Il reflète la vocation première de l'application : **offrir un accompagnement de qualité, directement au domicile des bénéficiaires**, avec un réseau d'auxiliaires de vie qualifiés. Quant à "**Care**", il véhicule une notion essentielle de bienveillance, d'accompagnement et de sécurité, illustrant l'engagement de la plateforme à fournir des soins attentifs et personnalisés à chaque individu.

En optant pour une dénomination à consonance internationale, **Proxicare** bénéficie d'une accessibilité universelle qui favorise son adoption non seulement en Algérie mais aussi dans d'autres contextes culturels. La simplicité du nom le rend facile à mémoriser, à prononcer et à reconnaître, ce qui renforce son efficacité en tant que **marque digitale**. Il permet également une intégration naturelle dans un écosystème numérique, facilitant son référencement sur les moteurs de recherche et sa reconnaissance sur les plateformes mobiles.

Au-delà du nom, l'image de marque de **Proxicare** repose sur des valeurs fortes : **confiance, accessibilité, professionnalisme et engagement humain**. L'identité visuelle et le ton de communication adoptés par l'application sont conçus pour évoquer ces valeurs, en utilisant des couleurs et des éléments graphiques qui reflètent la douceur, la sérénité et la fiabilité. L'ensemble contribue à créer une expérience utilisateur rassurante et intuitive, essentielle dans un secteur où la confiance et la crédibilité sont primordiales.

- En résumé, Proxicare ne se limite pas à un simple service d'accompagnement à domicile, mais se positionne comme une marque forte, humaniste et innovante, visant à transformer la perception et l'accès aux soins pour les personnes âgées et/ou en perte d'autonomie.

Valeurs Communiquées par "Proxicare"

- **Relation Humaine** : En réunissant "Proximité" et "Care", l'acronyme évoque un service centré sur la relation humaine. Proxicare ne propose pas simplement des services de

santé, mais cherche à établir un lien de confiance entre les aidants et les bénéficiaires. Cette relation de proximité aide à réduire le sentiment d'isolement souvent ressenti par les personnes âgées.

- **Réactivité et Accessibilité** : Le terme "Proximité" implique aussi une réactivité accrue. Grâce à une application dédiée, Proxicare vise à rendre les services de soin facilement accessibles et à mettre les aidants à portée de main. Cela facilite la prise en charge rapide, en accord avec l'évolution des besoins et des disponibilités des aidants.
- **Soutien Personnalisé** : "Care" sous-entend une approche personnalisée, où chaque aidant est choisi non seulement pour ses compétences, mais aussi pour sa capacité à comprendre et respecter les spécificités de chaque bénéficiaire. Ce mot reflète l'idée de soins adaptés, basés sur l'écoute et la bienveillance, garantissant que chaque intervention se fait dans le respect de la dignité et du bien-être des personnes.

Image de marque : Une identité forte et engageante

Le choix du nom "**Proxicare**" n'est pas anodin ; il incarne parfaitement la mission et les valeurs de la plateforme en combinant deux concepts fondamentaux : la **proximité** et le **care** (soin en anglais). Ce nom, à la fois simple, moderne et évocateur, projette une image professionnelle et chaleureuse, inspirant immédiatement confiance aux utilisateurs.

L'élément "**Proxi**" met en avant l'idée d'un service accessible, proche des besoins des personnes âgées et de leurs familles, tout en soulignant l'importance du lien humain et du soutien au quotidien. Il reflète la vocation première de l'application : **offrir un accompagnement de qualité, directement au domicile des bénéficiaires**, avec un réseau d'auxiliaires de vie qualifiés. Quant à "**Care**", il véhicule une notion essentielle de bienveillance, d'accompagnement et de sécurité, illustrant l'engagement de la plateforme à fournir des soins attentifs et personnalisés à chaque individu.

En optant pour une dénomination à consonance internationale, **Proxicare** bénéficie d'une accessibilité universelle qui favorise son adoption non seulement en Algérie mais aussi dans

d'autres contextes culturels. La simplicité du nom le rend facile à mémoriser, à prononcer et à reconnaître, ce qui renforce son efficacité en tant que **marque digitale**. Il permet également une intégration naturelle dans un écosystème numérique, facilitant son référencement sur les moteurs de recherche et sa reconnaissance sur les plateformes mobiles.

Au-delà du nom, l'image de marque de **Proxicare** repose sur des valeurs fortes : **confiance, accessibilité, professionnalisme et engagement humain**. L'identité visuelle et le ton de communication adoptés par la plateforme sont conçus pour évoquer ces valeurs, en utilisant des couleurs et des éléments graphiques qui reflètent la douceur, la sérénité et la fiabilité. L'ensemble contribue à créer une expérience utilisateur rassurante et intuitive, essentielle dans un secteur où la confiance et la crédibilité sont primordiales.

En résumé, **Proxicare** ne se limite pas à un simple service d'accompagnement à domicile, mais se positionne comme une marque forte, humaniste et innovante, visant à transformer la perception et l'accès aux soins pour les personnes âgées et/ou en perte d'autonomie.

Identité visuelle et éléments graphiques

Image (1) : Logo proxicare



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

- Le logo de Proxicare intègre une silhouette de deux mains ouvertes soutenant une personne en fauteuil roulant. Ce design exprime la bienveillance, la protection et le soutien, des valeurs essentielles pour un service de soins aux personnes âgées.
- La simplicité de la composition permet de transmettre un message clair et chaleureux, tout en conservant une apparence professionnelle. Les mains stylisées adoptent une forme organique et accueillante, renforçant l'idée d'un service axé sur le bien-être et l'attention portée aux personnes.

• Typographie :

- Le nom "**proxicare**" est écrit dans une police sans empattement, en caractères gras et en minuscule, reflétant une approche moderne et accessible. Cette typographie évoque la solidité, la fiabilité et l'accessibilité, des qualités essentielles pour inspirer confiance aux utilisateurs du service.
- L'utilisation de la minuscule rend le nom de la marque plus humain et amical, en ligne avec la mission d'un service de proximité centré sur les relations humaines.

• Palette de couleurs :

- un dégradé subtil de bleu qui va du plus clair au plus foncé, créant une sensation de profondeur et de dynamisme. Ce dégradé guide naturellement le regard vers la silhouette centrale, où se trouve la personne en fauteuil roulant.

• Esthétique Générale :

- L'esthétique globale du logo est simple, épurée et chaleureuse, communiquant un sentiment de sécurité et de compassion.
- Le design minimaliste et l'utilisation de symboles clairs rendent le logo adaptable et polyvalent, convenant autant pour une application numérique que pour des supports imprimés.

Ce logo capture efficacement l'essence d'un service de mise en relation entre aidants et personnes âgées, mettant en avant des valeurs de soutien, de proximité et de bienveillance.

I.3 L'originalité de l'idée

Une solution digitale pour une prise en charge optimisée :

Proxicare repose sur une plateforme numérique qui simplifie le processus de recherche, de sélection et de gestion des auxiliaires de vie. L'application permet aux familles de trouver des professionnels qualifiés en fonction de critères précis comme l'expérience, les compétences et la disponibilité. Grâce à un algorithme de mise en relation, les patients peuvent bénéficier d'une prise en charge personnalisée qui correspond à leurs besoins spécifiques.

Proxicare permet également une gestion simplifiée des paiements. Les familles peuvent régler les services directement via l'application, garantissant ainsi un mode de paiement sécurisé et transparent main à main, et prochainement via la carte d'or. Cette digitalisation du processus contribue à réduire le recours au travail informel et à structurer le secteur de l'aide à domicile en Algérie.

Une approche axée sur la professionnalisation des auxiliaires de vie :

L'un des défis majeurs du secteur de l'aide à domicile en Algérie est le manque de qualification des auxiliaires de vie. *Proxicare* apporte une réponse concrète à cette problématique en proposant des formations adaptées aux besoins des aidants **en collaboration avec des écoles de formation**.

Les auxiliaires de vie inscrits sur la plateforme bénéficient **d'un programme de formation continue** qui leur permet d'améliorer leurs compétences dans des domaines variés comme l'accompagnement des personnes âgées, la gestion des maladies chroniques et les gestes de premiers secours. Ces formations sont accessibles via notre application.

En collaboration avec des centres de formation et des experts en gériatrie, *Proxicare* propose des ateliers pratiques et des certifications qui permettent aux aidants d'acquérir des qualifications reconnues. Cette démarche contribue à valoriser le métier d'auxiliaire de vie et à améliorer la qualité des services offerts aux patients.

Un engagement communautaire pour renforcer la solidarité et le soutien aux familles :

Proxicare ne se limite pas à la mise en relation entre les auxiliaires de vie et les patients. La plateforme met en place **un espace de partage et d'échange** (Foire aux questions FAQ) où les familles et les aidants peuvent poser des questions, demander des conseils et partager leurs expériences.

Cet engagement communautaire permet de créer un réseau de soutien où les familles peuvent trouver des ressources adaptées à leurs besoins.

En développant une communauté d'entraide, *Proxicare* favorise une meilleure reconnaissance du rôle des aidants et contribue à **briser l'isolement** des familles confrontées à ces situations difficiles.

Une prise en compte des spécificités culturelles et sociales de l'Algérie

Contrairement aux modèles importés d'autres pays, *Proxicare* est conçu pour répondre aux réalités culturelles et économiques de l'Algérie. La plateforme tient compte des valeurs familiales et des traditions locales en matière de prise en charge des personnes âgées.

L'application permet aux familles de **choisir des auxiliaires de vie en fonction de leurs préférences culturelles et linguistiques ainsi que le genre (femme ou homme)** afin d'assurer une meilleure compatibilité entre les aidants et les patients. Cette approche personnalisée garantit un accompagnement respectueux des habitudes et des attentes des bénéficiaires.

Proxicare s'adapte également aux **contraintes financières** des familles en proposant des **tarifs flexibles** et ajustables selon leurs besoins. Ça leurs permet de bénéficier d'un service de qualité à des coûts abordables.

I.4 Valeurs ajoutées

Le projet « **Proxicare** » apporte une valeur ajoutée substantielle en répondant aux besoins non satisfaits en matière de soins aux personnes âgées et en créant un écosystème de soutien pour les soignants et les familles. Les contributions uniques de la plateforme comprennent :

- **Accès amélioré aux soignants** : « Proxicare » simplifie le processus de recherche de soignants qualifiés, permettant aux familles d'entrer plus facilement en contact avec des professionnels de confiance qui peuvent fournir des soins fiables et compatissants à leurs proches.
- **La toute flexibilité** : La plateforme sera conçue pour être adaptable, avec des options qui permettent aux utilisateurs d'ajuster les services en fonction de leurs besoins spécifiques, comme les tarifs, les types de soins requis ou le genre d'auxiliaire de vie (homme ou femme).
- **Rentabilité** : En facilitant les soins à domicile, « Proxicare » contribue à réduire le fardeau financier des familles et des systèmes de santé publique, en minimisant le besoin de séjours hospitaliers coûteux et en libérant des lits d'hôpitaux pour les cas plus critiques.
- **Soutien à l'intégration sociale** : « Proxicare » aide à lutter contre l'isolement social des personnes âgées et/ou en perte d'autonomie en promouvant des programmes et des activités qui favorisent la connexion, l'engagement et le bien-être mental.
- **Numérisation des services de soins** : En phase avec la volonté de l'Algérie en matière de transformation numérique, « Proxicare » s'appuie sur la technologie pour rationaliser les services de soins, rendant l'accès à l'information et aux ressources plus efficace et plus transparent.
- **Autonomisation des groupes d'âge marginalisés** : En accordant la priorité aux besoins des personnes âgées, souvent un groupe d'âge marginalisé, « Proxicare » favorise un sentiment de dignité et de respect, garantissant qu'elles reçoivent l'attention et les soins qu'elles méritent.

- **Modernité** : Ce service répond à un besoin grandissant et encore peu couvert de mise en relation rapide et efficace entre les personnes âgées et dépendantes et des auxiliaires de vie qualifiés.
- **Performance** : La performance de l'application sera optimisée pour offrir une expérience utilisateur fluide et simple, tout en garantissant un niveau de sécurité élevé pour les données des utilisateurs.
- **Réduction des coûts** : En centralisant l'offre et la demande sur une plateforme unique, nous pourrons réduire les coûts liés à la recherche de personnel qualifié pour les familles, ce qui rendra les services d'aide à domicile plus accessibles.
- **Accessibilité** : L'application sera conçue pour être facile à utiliser par tous, y compris les personnes âgées, avec une interface claire et des fonctionnalités adaptées à leurs besoins.
- **Transparence** : Nous garantirons la transparence des informations fournies sur les auxiliaires de vie, y compris leurs qualifications, leurs expériences et les évaluations des utilisateurs, afin de construire une relation de confiance avec les familles.
- **Satisfaction client** : Nous nous engageons à recueillir des retours d'expérience pour améliorer continuellement notre service, afin de répondre au mieux aux attentes des utilisateurs et d'assurer leur satisfaction.
- **Responsabilité sociale** : Notre projet vise à améliorer la qualité de vie des personnes âgées et/ou en perte d'autonomie en leur fournissant un accès facile à des soins appropriés, tout en soutenant les auxiliaires de vie dans leur recherche d'emploi et en valorisant leur profession.
- **Fiabilité** : L'application s'engagera à offrir un service fiable en vérifiant rigoureusement les antécédents des auxiliaires de vie, garantissant ainsi la sécurité et la tranquillité d'esprit des utilisateurs.

I.5 Objectifs et buts du projet

- ✓ **Connecter les familles avec des aidants qualifiés** : Faciliter l'accès à un réseau d'auxiliaires de vie expérimentés et spécialisés pouvant fournir des soins personnalisés et de haute qualité aux personnes âgées ou dépendantes.
- ✓ **Promouvoir des solutions de soins à domicile rentables** : Aider les familles à réduire les coûts associés aux séjours hospitaliers en proposant des options de soins abordables à domicile, allégeant ainsi le fardeau financier pour les familles et les établissements de santé publics.
- ✓ **Encourager la numérisation des services de soins à domicile** : Soutenir les efforts de numérisation en Algérie en offrant une plateforme accessible qui relie les aidants et les familles, simplifiant ainsi l'accès aux services et aux ressources.
- ✓ **Former et renforcer les compétences des auxiliaires de vie** : Fournir des programmes de formation pour améliorer leurs compétences, en s'assurant qu'ils sont bien équipés pour répondre aux besoins physiques, émotionnels et sociaux de leurs clients.
- ✓ **Soutenir la stabilité économique des aidants** : Offrir une plateforme fiable qui propose des opportunités d'emploi et des revenus stables aux auxiliaires de vie, renforçant leur bien-être économique.

Tableau (01) : Définition des objectifs de Proxicare selon la méthode SMART

Critère SMART	Objectif
Spécifique	Lancer une application mobile mettant en relation les personnes âgées ou en situation de dépendance avec des auxiliaires de vie qualifiés en Algérie.
Mesurable	Atteindre 720 clients actifs et générer 34560 transactions (4 par mois par client) la première année.
Atteignable	Recruter 100 auxiliaires de vie dans les grandes villes (Alger, Oran, Constantine) grâce à des campagnes ciblées. Sur le plan humain, une équipe RH dédiée appuyée

	par des formateurs qualifiés, assurera le processus de sélection et de formation. Techniquement, une application numérique d'intermédiation entre les auxiliaires de vie et les personnes dont le besoin. Des bureaux ou espaces de coworking dans chaque ville seront également mobilisés permettront d'assurer une présence locale.
Réaliste	Répondre à un besoin réel et croissant de services d'aide à domicile en Algérie avec une équipe compétente et une stratégie digitale efficace.
Temporel	Lancer la plateforme dans 6 mois et atteindre la rentabilité dans un délai de 36 mois après le lancement.

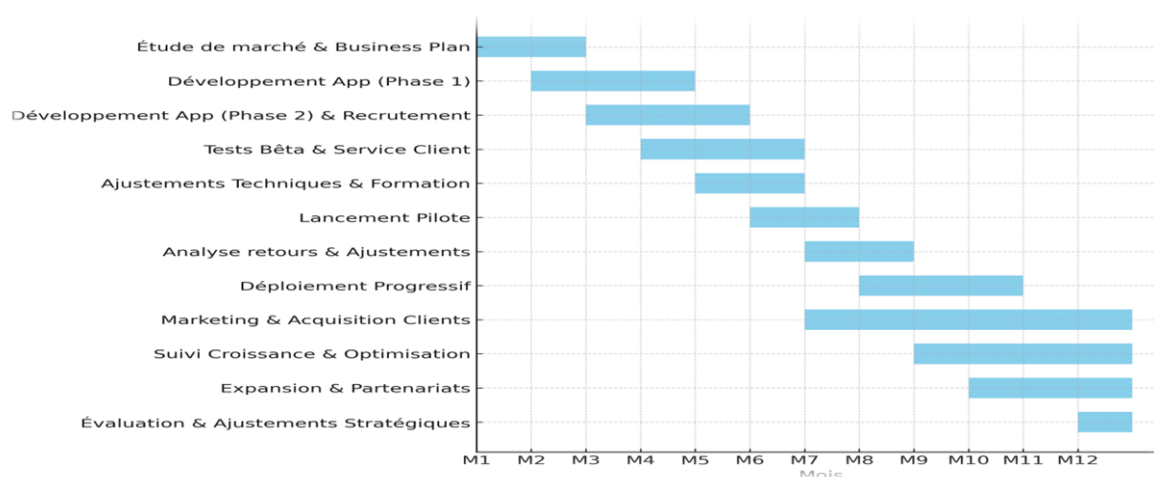
Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

1.6 Calendrier de mise en œuvre du projet

Explication du Diagramme de Gantt – Projet Proxicare :

Le **diagramme de Gantt** représente visuellement le calendrier du projet **Proxicare** sur une période de **12 mois**. Chaque barre indique la durée d'une tâche spécifique et permet de voir leur enchaînement et chevauchement.

Figure 03 : Diagramme de Gantt du projet Proxicare — planification du projet sur 12 mois



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

Analyse des étapes du projet :

- **Mois 1 – Étude de marché et Business Plan**

Ce mois est consacré à la réalisation d’une étude de marché approfondie visant à mieux comprendre les besoins spécifiques des personnes âgées et dépendantes en Algérie, ainsi qu’à analyser l’offre actuelle de services d’aide à domicile. Pour ce faire, plusieurs outils de collecte de données primaires et secondaires ont été mobilisés. En particulier, un questionnaire en ligne diffusé via les réseaux sociaux a permis de recueillir plus de 100 réponses de la part d’un échantillon varié de citoyens issus de plusieurs wilayas. L’analyse de ces données met en évidence plusieurs constats majeurs : les principaux obstacles rencontrés par les familles sont le coût élevé des prestations, le manque de confiance et de sécurité, ainsi que l’indisponibilité ou l’insuffisance de formation des auxiliaires.

Par ailleurs, plus de 85 % des répondants ont exprimé leur volonté d’utiliser une application mobile, à condition qu’elle soit fiable, sécurisée, et abordable. Des données secondaires issues de rapports nationaux (**INSP, ONS**) ont également été mobilisées pour croiser les résultats et appuyer les tendances observées.

Il s’agit également de finaliser le business plan du projet *Proxicare* en intégrant les dimensions financières, techniques, réglementaires et opérationnelles.

Cette première phase préparatoire est essentielle pour valider la viabilité du projet sur le marché national Algérien, identifier les leviers de croissance, et préparer le lancement progressif du service dans les grandes villes.

- **Mois 2 à 4 – Développement de l’application (phases 1 et 2)**

Durant cette période, la première phase du développement technique de l’application est amorcée, avec la conception de l’architecture logicielle, le maquettage et l’intégration des premières fonctionnalités. Ensuite, la deuxième phase vise à enrichir l’application avec des services spécifiques tels que la planification des interventions, la géolocalisation et le profilage des intervenants. Parallèlement, le processus de recrutement des premiers auxiliaires de vie est lancé selon des critères stricts.

- **Mois 4 à 5 – Tests bêta, service client et formation des intervenants**

Une version bêta de la plateforme est testée en conditions réelles avec un groupe restreint d'utilisateurs. Durant cette même période, un service client est mis en place pour accompagner les premiers utilisateurs et répondre à leurs préoccupations. En parallèle, les auxiliaires de vie recrutés bénéficient d'une formation ciblée, afin de garantir une qualité de service homogène et professionnelle.

- **Mois 6 – Lancement pilote**

Proxicare est déployée dans une première zone géographique ciblée. Cette phase pilote permet d'évaluer l'acceptabilité du service, la performance de la plateforme ainsi que la satisfaction des utilisateurs.

- **Mois 7 – Analyse des retours et ajustements**

L'analyse des retours d'expérience issus du pilote permet d'identifier les forces et les faiblesses de la solution. Des ajustements techniques, fonctionnels et organisationnels sont mis en œuvre pour améliorer l'application et renforcer la qualité du service.

- **Mois 8 à 10 – Déploiement progressif, acquisition et optimisation**

La plateforme est progressivement déployée à l'échelle nationale, avec un élargissement du service à de nouvelles régions. Une stratégie de communication et de marketing digital est mise en place pour accroître la notoriété de Proxicare et capter une clientèle plus large. Simultanément, des outils d'analyse permettent de suivre la croissance, d'optimiser l'expérience utilisateur et d'ajuster les processus opérationnels.

- **Mois 10 à 11 – Expansion et partenariats**

L'équipe en charge du projet engage une politique de partenariats avec des structures institutionnelles, des mutuelles de santé et des acteurs sociaux pour consolider le développement du service. Cette période est aussi propice à la recherche de nouvelles sources de financement et à la construction d'un réseau d'alliances stratégiques.

- **Mois 12 – Évaluation et ajustements stratégiques**

Un bilan complet de la première année est réalisé. Il inclut une évaluation des performances globales du projet, une identification des axes d'amélioration ainsi que la définition d'une feuille de route pour l'année suivante. Cette phase permet d'adapter les orientations stratégiques et de planifier l'expansion du modèle à moyen terme.

I.7 Equipe de projet

L'Équipe Proxicare : Un pilier essentiel pour le succès du projet :

Le succès d'un projet repose en grande partie sur la **qualité et la complémentarité de son équipe**. *Proxicare* ne fait pas exception à cette règle. Constituée de **professionnels aux profils diversifiés**, notre équipe incarne les valeurs fondamentales du projet : **innovation, engagement et excellence**. Chaque membre apporte une expertise spécifique qui contribue au développement et à l'optimisation de la plateforme.

Une équipe pluridisciplinaire au service de Proxicare :

L'équipe de *Proxicare* est composée de **quatre experts** issus de domaines complémentaires, permettant ainsi une **gestion optimale du projet** sous tous ses aspects :

- **Stratégie marketing et développement commercial**
- **Gestion des ressources humaines et recrutement des auxiliaires de vie**
- **Développement technique et maintenance de l'application**
- **Gestion des risques, qualité et sécurité des services**

Cette diversité de compétences permet à Proxicare de **répondre efficacement aux enjeux du secteur de l'aide à domicile en Algérie** et d'assurer une expérience fluide et sécurisée pour les patients et leurs familles.

Présentation détaillée des membres de l'équipe :

- **Ayaterrahmane DJOUAD – Chef de projet & Responsable marketing**

◆ Profil :

Ayaterrahmane DJOUAD est titulaire d'un **Master 2 en Marketing** obtenu à l'École Supérieure de Management de Tlemcen.

◆ Compétences clés :

- Gestion de projet ;
- Stratégie marketing et communication digitale ;
- Développement commercial.

◆ Rôle au sein de Proxicare :

En tant que **chef de projet et responsable marketing**, Ayaterrahmane supervise la **stratégie globale** du projet. Son rôle est central dans la coordination des équipes et le développement de campagnes marketing efficaces afin de promouvoir les services de Proxicare.

Il est également en charge de la **communication et du positionnement de la marque** auprès du grand public et des institutions partenaires. Sa vision stratégique permet de créer une identité forte pour Proxicare, facilitant ainsi son adoption par les familles et les auxiliaires de vie.

- **Dounia MATALLAH – Responsable des ressources humaines et réseaux de soins**

◆ Profil :

Dounia Matallah est sage-femme de formation, exerçant dans le secteur public depuis 2001 à Biskra.

◆ Compétences clés :

- Connaissance approfondie du secteur de la santé ;
- Communication et coordination interprofessionnelle ;
- Aptitude à gérer les situations d'urgence ou de stress.

◆ Rôle au sein de Proxicare :

Elle joue un rôle clé dans la **gestion des ressources humaines** du projet. Elle est chargée du **recrutement et de la formation des auxiliaires de vie**, s'assurant ainsi que les aidants inscrits sur la plateforme possèdent les qualifications et l'expérience nécessaires pour fournir un service de haute qualité.

Grâce à son **expérience dans le domaine**, elle veille à ce que les standards de soins respectent les exigences du secteur de la santé et soient en accord avec les réglementations en vigueur en Algérie.

- **Djeouad BENAHCENE – Chef d'équipe technique et responsable du développement de l'application**

◆ Profil :

Djeouad Benahcene est étudiant en deuxième année de **classe préparatoire à l'ESMT**, intéressé par l'informatique et les nouvelles technologies.

◆ Compétences clés :

- Développement web et mobile
- Conception et maintenance d'applications
- Optimisation technique et gestion des performances

◆ Rôle au sein de Proxicare :

Il est en charge du **développement et de la maintenance de l'application Proxicare**. Il veille à ce que la plateforme soit fonctionnelle, intuitive et sécurisée pour les utilisateurs.

Son travail consiste à :

- Concevoir une interface utilisateur fluide et ergonomique
- Assurer la sécurité des données et la protection des informations personnelles

- Mettre en place des mises à jour régulières pour optimiser les performances de l'application

Grâce à son expertise technique, il garantit une expérience utilisateur fluide, essentielle pour encourager l'adoption de Proxicare par un large public.

- **Mohamed Redha LAMRAOUI – Responsable qualité, hygiène et sécurité**

◆ Profil :

Mohamed Redha Lamraoui est titulaire d'un **Master 2 en Management, Hygiène, Santé et Sécurité au Travail** obtenu à l'Université de Batna.

◆ Compétences clés :

- Gestion des risques et normes de sécurité
- Assurance qualité des services
- Élaboration de protocoles d'hygiène et de sécurité

◆ Rôle au sein de Proxicare :

Mohamed Redha est chargé de **garantir la sécurité et la qualité des services offerts par Proxicare**. Il met en place des **protocoles d'hygiène et de soins**, permettant aux auxiliaires de vie de respecter des normes strictes en matière de prise en charge des patients.

Il travaille également sur :

- La **gestion des risques** liés aux interventions à domicile
- La **formation des soignants aux bonnes pratiques** en matière de prévention sanitaire
- La **mise en conformité des services** avec les réglementations algériennes

Son expertise contribue à renforcer la **confiance des familles et des patients**, un facteur clé pour le succès de la plateforme.

Une synergie essentielle pour garantir la réussite du projet :

L'équipe de **Proxicare** fonctionne avec une **approche collaborative**, où chaque membre apporte une valeur ajoutée spécifique au projet. La complémentarité des compétences permet de **développer une solution performante et adaptée aux réalités du terrain**.

Un travail d'équipe centré sur l'innovation et la qualité :

L'innovation et l'amélioration continue sont au cœur de la stratégie de **Proxicare**. Grâce à une veille constante sur les évolutions du secteur de la santé et des nouvelles technologies, l'équipe adapte en permanence son offre pour répondre aux besoins changeants des utilisateurs.

L'équipe organise régulièrement des réunions stratégiques pour :

- Identifier de nouvelles opportunités d'amélioration
- Ajuster la stratégie marketing et commerciale
- Intégrer les retours des utilisateurs pour optimiser l'application

Une vision commune pour transformer le secteur de l'aide à domicile :

L'objectif principal de **Proxicare** est de révolutionner le secteur de l'assistance à domicile en Algérie en offrant une solution digitale complète qui facilite la mise en relation entre les familles et les auxiliaires de vie.

Avec un engagement fort et une volonté de créer un impact positif, l'équipe travaille au quotidien pour faire de **Proxicare** une référence incontournable dans le domaine de l'aide à la personne.

L'équipe de **Proxicare** constitue le moteur du projet. Grâce à une synergie parfaite entre marketing, développement technologique, gestion des ressources humaines et assurance qualité, la plateforme est en mesure de proposer une solution fiable, accessible et innovante pour les familles algériennes en quête d'un accompagnement de qualité pour leurs proches.

Avec une vision tournée vers l'avenir et une forte capacité d'adaptation, ***Proxicare*** est bien positionné pour devenir un acteur majeur du maintien à domicile en Algérie.

Deuxième axe :

Les aspects d'innovation et leurs natures

II. Deuxième axe : les aspects d'innovation et leurs natures

Dans un monde en perpétuelle mutation, l'innovation est devenue un levier stratégique essentiel pour le développement des entreprises, en particulier pour les startups qui cherchent à répondre aux défis contemporains avec des solutions nouvelles et adaptées. Elle ne se limite pas uniquement aux technologies avancées, mais englobe un ensemble de transformations profondes touchant les modèles économiques, l'organisation du travail, l'expérience utilisateur et l'impact social.

Dans le secteur des services, et plus particulièrement dans l'accompagnement des personnes en situation de dépendance, l'innovation revêt une importance particulière. L'évolution démographique, marquée par un vieillissement de la population et une augmentation des besoins en assistance à domicile, impose une refonte des approches traditionnelles. Les solutions classiques, souvent rigides et coûteuses, peinent à répondre efficacement aux attentes des bénéficiaires et de leurs familles. Face à ces limites, de nouvelles initiatives émergentes en s'appuyant sur les technologies numériques, la digitalisation des services et l'optimisation des processus organisationnels pour améliorer l'accessibilité, la qualité et la flexibilité des prestations.

II.1 Nature des innovations

Définition de l'Innovation

L'innovation peut être définie comme **l'introduction d'un produit, d'un service, d'un processus ou d'un modèle économique nouveau ou significativement amélioré**, qui apporte une valeur ajoutée aux consommateurs ou aux entreprises. Elle peut concerner des avancées technologiques, des changements de comportement des utilisateurs ou des améliorations progressives d'une offre existante (**économiques, 2005**).

Selon **Le Nagard-Assayag, Manceau et Morin-Delerm (2015)**, l'innovation se décline en plusieurs formes, notamment les innovations de rupture, technologiques, comportementales et incrémentales, en fonction de la nouveauté de la technologie et des usages associés. (**Le Nagard-Assayag, Marketing de l'innovation (3e éd.), 2015, pp. 1- 20 Chapitre 1.**)

Nature des Innovations

L'innovation peut être classée en différentes catégories selon son degré de nouveauté et son impact sur la technologie et les usages. Selon (**Le Nagard-Assayag, Marketing de l'innovation (3e éd.), 2015, pp. 1- 20 Chapitre 1.**), il existe quatre grandes natures d'innovations :

- **Innovation de Rupture**

Elle introduit une nouvelle technologie qui modifie profondément les usages des consommateurs.

Exemples : Uber dans le transport, Airbnb dans l'hôtellerie.

Application à **Proxicare** : Plateforme digitale révolutionnant l'accès aux auxiliaires de vie grâce à une mise en relation intelligente et automatisée.

- **Innovation Technologique**

Elle repose sur une nouvelle technologie mais n'entraîne pas forcément de changement des habitudes des utilisateurs.

Exemples : Améliorations des processeurs d'ordinateur, avancées en intelligence artificielle.

Application à **Proxicare** : Algorithme intelligent de matching, géolocalisation en temps réel, suivi des prestations via application mobile.

- **Innovation Comportementale**

Elle modifie les habitudes de consommation mais repose sur une technologie existante.

Exemples : Passage des SMS aux applications de messagerie comme WhatsApp.

Application à Proxicare : Digitalisation des interactions entre les aidants et les bénéficiaires, intégration de paiements en ligne pour sécuriser les transactions.

- **Innovation Incrémentale**

Elle apporte une amélioration progressive à une technologie ou un service existant.

Exemples : Évolutions des modèles de smartphones, optimisations logicielles.

Application à **Proxicare** : Optimisation des plannings, renforcement de la qualité des services grâce aux retours des utilisateurs et à la formation continue des auxiliaires de vie.

Figure(04) : Matrice de classification des innovations selon leurs natures

Usages et habitudes de consommation	Nouveaux	Innovations de rupture	Innovations comportementales
	Anciens	Innovations technologiques	Innovations incrémentales
		Nouvelle	Ancienne
		Technologie	

Source : Emmanuelle Le Nagard-Assayag, Delphine Manceau et Sophie Morin-Delerm, Marketing de l'innovation, 3e édition, Paris : Dunod, 2015, Chapitre 1.

Proxicare appartient principalement à la catégorie de **l'innovation technologique**, car elle repose sur l'intégration de nouvelles technologies pour moderniser et optimiser un service existant : l'aide aux personnes dépendantes. Contrairement à une innovation de rupture qui transforme

radicalement un marché et ses usages, **Proxicare** conserve le même besoin fondamental (trouver un auxiliaire de vie), mais en l'améliorant grâce aux technologies numériques.

L'application introduit des **solutions technologiques avancées** qui facilitent l'accès aux services d'assistance et améliorent la qualité des prestations. Parmi ces innovations, on retrouve un **algorithme intelligent de mise en relation**, permettant d'optimiser le choix des auxiliaires de vie en fonction des besoins spécifiques des bénéficiaires, de leur localisation et de leur disponibilité. Grâce à cette technologie, le processus de sélection est plus rapide, efficace et personnalisé.

L'application mise sur l'**amélioration continue** du service grâce à un système d'évaluation et de feedback des utilisateurs. Chaque bénéficiaire peut noter et commenter la prestation reçue, permettant ainsi d'assurer une montée en qualité des services et une meilleure satisfaction des clients.

Éléments technologiques clés dans Proxicare :

1. Application mobile pour faciliter la mise en relation entre bénéficiaires et auxiliaires de vie :

L'un des piliers technologiques principales de Proxicare qu'elle est une **application mobile intuitive et ergonomique**, conçue pour simplifier l'accès aux services d'auxiliaires de vie. Grâce à cette plateforme, les bénéficiaires et leurs familles peuvent **effectuer des recherches personnalisées, réserver un auxiliaire en quelques clics et suivre l'état de la prestation en temps réel**.

L'application intègre plusieurs fonctionnalités clés, notamment :

- **Interface utilisateur optimisée** : Une navigation fluide et simple pour que même les personnes âgées ou peu habituées aux outils numériques puissent l'utiliser facilement.
- **Inscription et gestion des profils** : Les bénéficiaires et les auxiliaires de vie disposent de profils détaillés, incluant expériences, compétences et avis des utilisateurs.
- **Suivi en temps réel** : Les utilisateurs peuvent voir où se trouve l'auxiliaire de vie et recevoir des notifications pour chaque étape du service.

Grâce à ces fonctionnalités, l'application mobile de Proxicare **digitalise entièrement le parcours client**, rendant le processus plus rapide, structuré et sécurisé.

2. Algorithmes intelligents de matching :

L'un des atouts majeurs de **Proxicare** réside dans l'utilisation d'algorithmes intelligents qui optimisent la mise en relation entre bénéficiaires et auxiliaires de vie contrairement aux méthodes traditionnelles en fonction de plusieurs critères :

- **Les besoins spécifiques du bénéficiaire** : âge, pathologie, niveau de dépendance, type de soins requis.
- **Les compétences et l'expérience des auxiliaires** : formations, spécialisations, langues parlées.
- **La proximité géographique** : pour minimiser le temps de déplacement et améliorer la réactivité du service.
- **Les disponibilités** : pour proposer les professionnels correspondant aux créneaux horaires demandés.
- **Les avis et évaluations** : pour favoriser la mise en relation avec des auxiliaires bien notés.
- **Le tarif**

Grâce à ces algorithmes, **le processus de sélection est automatisé et optimisé**, garantissant un service rapide, personnalisé et de qualité. Cela évite également aux familles de devoir rechercher manuellement un prestataire, ce qui peut être long et fastidieux.

3. Chatbot intelligent pour l'assistance et le support :

Proxicare intègre également un **Chatbot**, un agent conversationnel automatisé basé sur l'intelligence artificielle, permettant d'accompagner les utilisateurs à chaque étape de leur parcours.

Ce Chatbot joue plusieurs rôles :

- **Assistance instantanée** : Il répond aux questions fréquentes des bénéficiaires et des auxiliaires de vie, réduisant ainsi le besoin d'un support client humain.

- **Aide à la recherche** : Il guide les utilisateurs dans la recherche d'un auxiliaire de vie en fonction de leurs besoins.

L'intégration d'un Chatbot dans Proxicare **permet une meilleure réactivité et une disponibilité 24/7**, évitant aux utilisateurs d'attendre une réponse d'un conseiller humain. Cela améliore l'expérience utilisateur et garantit un service plus fluide et efficace.

- L'innovation technologique de Proxicare repose sur une **combinaison de plusieurs outils numériques avancés**. L'application mobile centralise l'ensemble des services, les algorithmes intelligents optimisent le matching entre bénéficiaires et auxiliaires, et le Chatbot assure un support en temps réel. Ensemble, ces technologies transforment l'expérience des soins à domicile en Algérie, en rendant le service plus rapide, accessible et sécurisé.

II.2 Domaines des innovations

L'innovation dans ***Proxicare*** repose sur plusieurs axes stratégiques qui visent à moderniser et optimiser l'aide aux personnes dépendantes. En combinant les avancées technologiques et une refonte des processus traditionnels, Proxicare introduit des améliorations significatives dans son domaine.

- Innovations liées aux processus

L'une des innovations majeures de ***Proxicare*** concerne l'amélioration des processus de mise en relation entre les bénéficiaires et les auxiliaires de vie. Traditionnellement la recherche d'un prestataire pour les soins à domicile passe par des agences physiques, des recommandations personnelles ou des plateformes peu spécialisées. Proxicare introduit une approche plus efficace grâce aux technologies numériques.

- **Optimisation du matching** : L'application utilise des algorithmes pour analyser en temps réel les besoins spécifiques des bénéficiaires et les compétences des auxiliaires de vie disponibles garantissant ainsi une adéquation optimale.

- **Réduction des délais de mise en relation** : Grâce à l'automatisation et à la digitalisation la recherche d'un auxiliaire de vie est considérablement accélérée améliorant ainsi la réactivité du service.

- Innovations technologiques

L'intégration des nouvelles technologies est au cœur du modèle de Proxicare. L'application repose sur plusieurs éléments technologiques clés qui la distinguent des solutions traditionnelles.

- **Application mobile avancée** : La plateforme est développée pour être intuitive, sécurisée et accessible sur différents appareils (smartphones, tablettes, ordinateurs). Elle permet une gestion fluide des services pour les bénéficiaires et les prestataires.
- **Système de matching intelligent** : L'utilisation des algorithmes et du traitement permet une meilleure compréhension des besoins des patients et une sélection optimisée des auxiliaires de vie en fonction de critères précis compétences localisation préférences des patients.
- **Chatbot intelligent** : Proxicare intègre un assistant virtuel capable de répondre aux questions des utilisateurs, de proposer des services personnalisés et de simplifier l'orientation vers les prestataires adaptés.
- **Sécurisation des transactions** : Les paiements sont réalisés directement main à main garantissant ainsi la transparence et la sécurité.

- Un nouveau segment de marché

Proxicare ne se limite pas aux personnes âgées ou en situation de handicap. L'application s'adresse également à de nouveaux segments de marché :

- **La collaboration avec les établissements de santé (B to B)**: Proxicare peut être utilisé dans l'avenir par les cliniques et hôpitaux pour externaliser une partie des soins non médicaux, optimisant ainsi la gestion des ressources hospitalières.

Troisième axe :

Analyse stratégique du marché

III. Troisième axe : Analyse stratégique du marché

Lancer une startup innovante comme *Proxicare* nécessite une compréhension approfondie du marché dans lequel elle évolue. L'analyse stratégique du marché est essentielle pour identifier les opportunités, anticiper les risques et définir les leviers de différenciation permettant d'assurer un positionnement compétitif et durable.

Le marché des services d'auxiliaires de vie est en pleine mutation, sous l'effet de plusieurs facteurs : le vieillissement de la population, l'évolution des attentes en matière de soins à domicile, ainsi que la transformation numérique du secteur de la santé et de l'assistance aux personnes dépendantes. Face à ces dynamiques, *Proxicare* doit s'adapter en intégrant une approche stratégique fondée sur une analyse rigoureuse de son environnement.

Ce chapitre s'appuiera sur des modèles d'analyse éprouvés tels que **PESTEL**, qui met en lumière les influences macroéconomiques, **SWOT**, qui identifient les forces et faiblesses internes ainsi que les opportunités et menaces externes, et le modèle des **5 forces de Porter**, qui met en évidence l'intensité concurrentielle du secteur.

À travers cette étude, nous établirons une vision stratégique permettant d'optimiser le développement et l'adoption de *Proxicare*, en maximisant son impact sur les bénéficiaires et les auxiliaires de vie.

III.1 Segmentation du marché

Dans le cadre du projet *Proxicare*, une étude de marché a été menée à travers un formulaire en ligne, visant à mieux comprendre les profils des bénéficiaires potentiels ainsi que les attentes du marché. L'analyse des réponses permet de dégager une segmentation claire, à la fois démographique, psychographique, géographique, comportementale, et permet d'estimer la taille du marché adressable.

1. Segmentation démographique

Le segment principal ciblé par *Proxicare* est celui des personnes âgées dépendantes, vivant seules ou avec un besoin croissant d'assistance dans les actes de la vie quotidienne et nécessitant un accompagnement spécialisé à domicile. Ce public dispose souvent de revenus moyen à fort.

Un autre segment stratégique est celui des familles des personnes dépendantes, souvent des adultes âgés de 30 à 45 ans, actifs, urbains, et principalement de sexe féminin (comme le montrent les résultats du formulaire, où 80 % des répondants sont des femmes). Ce groupe représente un relais décisionnel important dans la prise en charge de proches en perte d'autonomie.

2. Segmentation psychographique

L'analyse psychographique révèle une population fortement marquée par des valeurs familiales, un attachement à la dignité humaine et une volonté d'assurer le bien-être de leurs proches, tout en conciliant vie professionnelle et responsabilités. Les répondants se montrent également ouverts à l'innovation, même si une partie du public cible (notamment les personnes âgées) manifestes encore une certaine appréhension à l'égard des outils numériques.

On distingue également un profil d'utilisateurs exigeants, en quête de services fiables, sécurisés, encadrés et accessibles, prêts à payer pour bénéficier d'un service de qualité. L'usage de l'application est perçu comme un facilitateur et non comme un substitut à la relation humaine.

3. Segmentation géographique

Géographiquement, la demande est concentrée dans les zones urbaines telles qu'Alger, Oran et Constantine, où l'accès à Internet et aux smartphones est relativement développé, et où les familles sont de plus en plus confrontées à l'éloignement ou à l'indisponibilité des aidants traditionnels.

Cependant, les zones périurbaines et rurales ne sont pas à négliger. Malgré des infrastructures parfois limitées, ces zones regroupent une population âgée isolée et peu desservie par les structures de santé. **Proxicare** représente alors une opportunité pour combler un vide structurel, notamment grâce à la mise en relation géolocalisée entre les auxiliaires de vie et les bénéficiaires.

4. Segmentation comportementale

L'analyse comportementale fondée sur la méthode SONCAS permet d'identifier les leviers psychologiques d'achat des futurs utilisateurs :

- **Sécurité** : besoin d'une application fiable, sécurisée, avec des professionnels vérifiés.
- **Orgueil** : volonté de garantir une vie digne à ses proches.
- **Nouveauté** : ouverture à des solutions modernes et digitales.
- **Confort** : facilité d'utilisation, gain de temps, accès rapide à un service à domicile.
- **Argent** : exigence de tarifs abordables et flexible.
- **Sympathie** : recherche d'une relation humaine et empathique avec les auxiliaires.

5. Taille du marché et potentiel de croissance

Selon les données les plus récentes de L'ONS (office national des statistiques) , l'Algérie comptait environ **2,95 millions de personnes âgées de 65 ans et plus** en 2020, représentant **9,8 %** de la population totale. (**Office National des Statistiques, 2020**) .Ce chiffre est en augmentation constante, reflétant le vieillissement progressif de la population algérienne.

Cette tendance au vieillissement démographique est confirmée par les projections indiquant que les personnes âgées de 65 ans et plus représenteront environ **10 %** de la population dans les prochaines années. (**Algérie360, 2023**).

Ce vieillissement de la population pose des défis importants en matière de santé publique, de protection sociale et d'adaptation des politiques publiques pour répondre aux besoins spécifiques des personnes âgées.

- **TAM (Total Addressable Market)** : Il s'agit de la taille totale du marché pour un produit ou service, dans un contexte très large, sans tenir compte des contraintes géographiques, réglementaires ou des capacités opérationnelles.
- **SAM (Serviceable Available Market)** : C'est la part du TAM qui peut être réellement ciblée par les services proposés, en tenant compte de la zone géographique, de l'offre spécifique et des besoins locaux.
- **SOM (Serviceable Obtainable Market)** : Il représente la part du SAM que l'entreprise peut raisonnablement atteindre à court ou moyen terme, en fonction de ses capacités opérationnelles, de son budget et de la concurrence.

Pour Proxicare :

- Population totale en Algérie : environ 45 millions.
- Pourcentage de personnes âgées de 65 ans et plus (**source : ONS**) : environ 9,8 %
Ce qui donne un **TAM estimé à 45 millions × 9,8 % = 4,41 millions de personnes âgées**
- En supposant que 25 % de ces personnes sont en perte d'autonomie :
SAM = 4,41 millions × 25 % = 1,1 million de personnes dépendantes
- Proxicare cible initialement certaines grandes wilayas (Alger, Oran, Constantine...), représentant environ 20 % du territoire :

Les wilayas d'Alger, Oran et Constantine représentent environ 0,21 % de la superficie totale de l'Algérie.

- **Superficie totale de l'Algérie** : 2 381 741 km² (**raphaelcoul14, s.d.**) .
- **Superficie des wilayas**:
- Alger : environ 1 190 km² (**fr-academic.com, s.d.**).
- Oran : environ 2 121 km² (**fr-academic.com, s.d.**).

- Constantine : environ 2 187 km² (fr-academic.com, s.d.) .

Calcul :

$$1\,190\text{ km}^2 (\text{Alger}) + 2\,121\text{ km}^2 (\text{Oran}) + 2\,187\text{ km}^2 (\text{Constantine}) = 5\,498\text{ km}^2$$

$$(5\,498\text{ km}^2 / 23\,817\,41\text{ km}^2) \times 100 \approx 0,22\%$$

Cependant, malgré leur faible part du territoire, ces régions comptent parmi **les plus peuplées et urbanisées du pays**. Elles constituent donc des zones particulièrement pertinentes pour lancer un service comme *Proxicare*, en raison de la densité de population et des besoins accrus en services à la personne.

$$\text{SOM} = 1,1\text{ million} \times 0,21\% = 2\,310\text{ personnes}$$

Cela signifie qu'en ciblant uniquement les wilayas d'Alger, Oran et Constantine, *Proxicare* pourrait potentiellement atteindre environ 2 310 personnes dépendantes à domicile, selon les estimations. .

Analyse PESTEL :

Tableau(02) : Analyse PESTEL du projet Proxicare dans le contexte algérien

Dimension	Analyse pour <i>Proxicare</i>
P — Politique	- Stabilité politique relative : Le climat politique est globalement stable, favorable au lancement de nouveaux projets numériques, surtout dans la santé et les services. - Initiatives nationales en faveur du numérique : Existence de programmes de transformation digitale en Algérie. - Partenariat possible avec les institutions publiques comme le ministère de la Santé, ou les associations surtout pour les populations vulnérables (croissant rouge) .
E — Économique	- Revenus modestes des seniors et familles : Les retraités ont en moyenne un pouvoir d'achat limité à moyen, ce qui impose une tarification abordable .

	- Marché en croissance : Le vieillissement progressif de la population crée une demande croissante en aide à domicile. - Taux de chômage élevé : Potentiel de former et recruter des jeunes ou des femmes comme auxiliaires de vie, générant de l'emploi local. - Rareté des financements privés pour les startups sociales, mais potentiel d'aides publiques (ASF).
S — Socioculturel	- Vieillesse de la population : De plus en plus de seniors ont besoin d'assistance, surtout avec l'exode rural et la migration des jeunes vers les villes. - Tradition familiale forte : Les soins sont souvent pris en charge par la famille, mais cela devient difficile à maintenir avec l'urbanisation et le travail féminin. - Sensibilité culturelle à l'aide extérieure : Le recours à un auxiliaire de vie peut encore être vu comme un tabou dans certaines régions, d'où l'importance de la sensibilisation.
T — Technologique	- Bonne couverture mobile (3G/4G) dans les villes, mais accès limité en zones rurales. - Adoption croissante des smartphones, y compris chez les plus de 50 ans. - Proxicare devra proposer une application intuitive, légère, avec un support multilingue (arabe, français). - Possibilité d'intégrer outils de géolocalisation, téléconsultation ou système de scoring des prestations. - Partenariats avec les opérateurs télécoms (Ooredoo, Mobilis, Djazzy) pour SMS de rappel ou fidélisation.
E — Environnemental	- Réduction des déplacements inutiles : L'application permet d'optimiser la mise en relation client-intervenant local, ce qui diminue l'empreinte carbone.
L — Légal	- Loi sur la protection des données personnelles adoptée en 2018 (loi n° 18-07) : Proxicare doit assurer la sécurité des données médicales et personnelles. - Absence d'un statut juridique spécifique pour les auxiliaires de vie →

	il faut anticiper en structurant des contrats encadrés (prestataire ou employé). - Obligation d'assurance responsabilité civile en cas d'incident pendant les prestations à domicile. - Importance de clarifier les relations contractuelles entre les clients, les prestataires et la plateforme.
--	---

Source : Réalisation personnelle —*élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).*

- En somme, le **potentiel de croissance est élevé**, à condition d'accompagner les utilisateurs par une **interface intuitive, un service humain rassurant**, et une **adaptation aux réalités locales**). Proxicare se positionne ainsi comme une solution pionnière et scalable, à fort impact social.

III.2 Mesure de l'intensité de la concurrence

Proxicare évolue dans un environnement concurrentiel où plusieurs acteurs, directs et indirects, proposent des services liés à l'accompagnement à domicile :

Tableau(03) : Benchmark des solutions d'aide à domicile

Catégorie	Acteurs	Points forts	Points faibles
Concurrents directs	- Fidarek - Rafikni - HAD (Hospitalisation à Domicile)	- Présence sur le marché - Expérience dans les soins à domicile - Base de clients existante - Mise en relation rapide - Encadrement médical structuré	- Manque de spécialisation exclusive - Faible personnalisation - Services standardisés - Coûts élevés - Accès limité géographiquement
Concurrents	- Ouedkniss	- Large audience	- Aucune garantie de qualité

indirects	- Réseaux sociaux - L'informel	- Visibilité nationale - Coût réduit - Simplicité d'utilisation	- ou de sécurité - Absence de suivi ou d'encadrement - Pas de contrat ni de protection pour les familles
Proxicare	- App mobile dédiée	- Spécialisation exclusive - Mise en relation personnalisée - Formation continue des auxiliaires - Support client 24H/7j	- Besoin de notoriété accrue - Nécessité de convaincre les familles du modèle digital

Source : Réalisation personnelle – élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

La carte de positionnement :

Figure05 : Positionnement stratégique des solutions d'aide à domicile selon leur niveau de digitalisation et de transparence.



Source : Réalisation personnelle – élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

La carte de positionnement met en évidence que **Proxicare** se situe dans le quadrant supérieur droit. Cela signifie qu'il s'agit d'une solution à la fois numérique et très transparente.

Sur l'axe vertical, on distingue les solutions traditionnelles en bas, comme les auxiliaires de vie informels, qui fonctionnent sans outils numériques ni processus structurés, et les solutions numériques en haut, qui utilisent des plateformes ou des applications pour structurer l'offre de services.

Sur l'axe horizontal, la transparence est mesurée. À gauche, les solutions sont peu claires en termes de qualité, de tarification ou de fiabilité des intervenants. À droite, les services sont transparents, avec des profils vérifiés, des avis clients, des prix affichés et une traçabilité des prestations.

Proxicare est positionné comme une solution numérique avec un haut degré de transparence. Cela reflète une offre moderne, structurée, sécurisée, et adaptée aux attentes actuelles des utilisateurs, notamment les familles cherchant des services fiables pour leurs proches.

Les autres acteurs comme Rafikni, Fidarèk ou Ouedkniss apparaissent dans une zone intermédiaire. Ils utilisent des outils numériques mais n'offrent pas encore une transparence totale. Enfin, les auxiliaires de vie informels restent ancrés dans le mode traditionnel, souvent non structuré et peu fiable.

Ce qui distingue Proxicare :

- **Spécialisation exclusive** dans les services d'auxiliaires de vie ;
- **Mise en relation rapide et personnalisée** grâce à la géolocalisation et à un algorithme de recommandations ;
- **Abonnement premium** permettant des conventions à long terme avec les auxiliaires ;
- **Formation continue** pour assurer un haut niveau de compétence ;
- **Interface intuitive et accompagnement client disponible 24/7 ;**
- **La toute flexibilité .**

Analyse SWOT:**Tableau04 :** Diagnostic stratégique interne et externe de Proxicare selon la matrice SWOT

TYPE	ÉLÉMENT
FORCES	Plateforme spécialisée dédiée à l'assistance à domicile, garantissant expertise et qualité.
	Sélection rigoureuse des intervenants pour assurer compétence et fiabilité.
	Système d'évaluations et de retours pour améliorer la qualité en continu.
	Flexibilité des prestations : libre choix des intervenants et des tarifs.
FAIBLESSES	Techno-phobie des utilisateurs, en particulier les personnes âgées.
	Notoriété limitée, nécessite des actions marketing ciblées.
OPPORTUNITÉS	Partenariats stratégiques avec établissements de santé, associations et autorités locales.
	Élargissement des services : soins médicaux, accompagnement psychologique, activités sociales.
	Soutien étatique croissant à la digitalisation et aux startups.
	Vieillesse démographique : demande croissante de services d'aide à domicile.
MENACES	Concurrence accrue avec l'émergence de plateformes similaires.
	Évolutions réglementaires pouvant compliquer la gestion des données ou des services.
	Infrastructures numériques limitées dans certaines zones rurales.
	Réticence culturelle à utiliser des outils numériques pour des services sensibles.

Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

Analyse SWOT pondérée :**Tableau05 :** Pondération et évaluation stratégique des facteurs internes et externes de Proxicare (SWOT pondérée)

Catégorie	Facteur	Poids	Évaluation (1-5)	Score pondéré
FORCES (S)	Plateforme spécialisée	0.20	5	1.00

	Sélection rigoureuse des intervenants	0.15	5	0.75
	Évaluations et retours utilisateurs	0.10	4	0.40
	Flexibilité totale pour les prestations	0.10	4	0.40
TOTAL FORCES		0.55		2.55
FAIBLESSES (W)	Techno-phobie des utilisateurs âgés	0.20	2	0.40
	Notoriété limitée	0.25	1	0.25
TOTAL FAIBLESSES		0.45		0.65
OPPORTUNITÉS (O)	Partenariats stratégiques avec acteurs santé/public	0.10	4	0.40
	Élargissement des services complémentaires	0.10	4	0.40
	Soutien de l'État à la digitalisation et aux startups	0.10	5	0.50
	Vieillesse de la population	0.15	5	0.75
TOTAL OPPORTUNITÉS		0.45		2.05
MENACES (T)	Concurrence accrue	0.15	2	0.30
	Évolutions réglementaires	0.10	2	0.20
	Infrastructures numériques limitées dans certaines régions	0.10	2	0.20
	Réticence à l'adoption numérique	0.10	2	0.20
TOTAL MENACES		0.45		0.90

Source : Réalisation personnelle — élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

Synthèse finale

- **(S + O) Forces + Opportunités : $2.55 + 2.05 = 4.60$**
- **(W + T) Faiblesses + Menaces : $0.65 + 0.90 = 1.55$**
- **Avantage concurrentiel net : $+3.05$**

Analyse de la matrice SWOT pondérée :

Le total des **forces et opportunités** atteint **4.60**, contre **1.55** pour les **faiblesses et menaces**, ce qui donne un **avantage concurrentiel net de +3.05**.

➤ Commentaire :

Ce score élevé indique que **Proxicare dispose d'une position concurrentielle solide**. Ses points forts – comme la spécialisation de la plateforme, la sélection rigoureuse des intervenants et la flexibilité des services – sont bien valorisés. De plus, les opportunités identifiées (vieillesse de la population, soutien étatique, partenariats stratégiques...) renforcent le potentiel de développement.

À l'inverse, les faiblesses (notoriété encore faible, technophobie des utilisateurs âgés) et les menaces (concurrence, contraintes réglementaires, infrastructures numériques limitées) existent, mais leur poids relatif reste limité. Elles peuvent être atténuées par une stratégie marketing ciblée et des solutions d'accompagnement adaptées aux seniors.

➤ Conclusion :

Proxicare bénéficie d'un **avantage compétitif clair**, et possède les atouts nécessaires pour saisir les opportunités du marché tout en limitant les risques. Le projet est donc bien positionné pour réussir dans le secteur des services à la personne en Algérie.

L'analyse des cinq forces de Porter+1 :

1. Intensité de la concurrence entre les entreprises existantes

Le marché algérien des services d'auxiliaires de vie est encore peu structuré. On y trouve principalement des initiatives individuelles ou associatives. Le nombre d'acteurs professionnels est limité. Cela rend la concurrence actuelle relativement faible à modérée. Cependant, une montée de la concurrence est possible si le marché devient attractif pour d'autres entrepreneurs.

Stratégie recommandée : profiter de cet avantage temporel pour construire une marque forte, fidéliser les clients et investir dans la qualité du service.

2. Menace des nouveaux entrants

Les barrières à l'entrée dans ce secteur sont relativement faibles. La réglementation n'est pas encore très stricte. Cela signifie que d'autres acteurs peuvent facilement entrer sur le marché s'ils y voient une opportunité.

Stratégie recommandée : développer des avantages concurrentiels durables comme une plateforme numérique performante, une logistique bien organisée, et un réseau d'intervenants bien formés.

3. Pouvoir de négociation des clients

Les clients ont actuellement peu d'alternatives professionnelles, mais ils peuvent comparer les prix et les services disponibles. Leur pouvoir de négociation est modéré. Le facteur clé dans leur décision est souvent la confiance, la sécurité et la qualité humaine du service.

Stratégie recommandée : garantir la transparence, instaurer une relation de confiance, et mettre en avant la qualité de l'accompagnement proposé.

4. Pouvoir de négociation des fournisseurs

Dans ce cas, les fournisseurs sont les auxiliaires de vie. S'ils sont peu nombreux ou mal formés, ils peuvent devenir difficiles à recruter ou à retenir, ce qui leur donne un certain pouvoir de négociation.

Stratégie recommandée : mettre en place une politique de recrutement attractive, offrir des formations continues, de bonnes conditions de travail et des perspectives d'évolution.

5. Menace des produits ou services de substitution

Les familles peuvent choisir d'employer un proche ou une personne non déclarée pour assurer l'aide à domicile (L'informels) . Ce type de substitution est courant dans les milieux à revenus modestes, ce qui constitue une menace importante pour un service formel et payant.

Stratégie recommandée : se différencier en mettant en avant la valeur ajoutée du service professionnel : sécurité, fiabilité, suivi, professionnalisme, assurance, continuité.

6. Rôle des pouvoirs publics

L'action de l'État constitue une sixième force influente. Elle peut se traduire par des subventions, des partenariats, ou des réglementations favorables ou contraignantes.

Stratégie recommandée : chercher à établir des partenariats publics, intégrer les dispositifs sociaux existants et anticiper les évolutions réglementaires.

III.3 La stratégie marketing

Dans le cadre du développement de l'application mobile *Proxicare*, une analyse approfondie de la stratégie marketing s'avère indispensable pour assurer sa réussite sur le marché algérien. Afin de répondre aux exigences spécifiques du secteur des services à domicile et d'accompagnement aux personnes dépendantes, nous avons adopté une approche intégrée combinant le modèle classique des **4P** du mix marketing (Produit, Prix, Distribution, Communication) avec des éléments modernes et centrés utilisateur : **2P (Personnalisation, Protection des données)**, **2C (Customer service, Community)** et **3S (Application mobile, Sécurité, Sales promotion)**.

La matrice ci-dessous décline chaque composante de cette stratégie à travers les **quatre étapes du cycle de vie d'un produit** – Lancement, Croissance, Maturité et Déclin – en veillant à adapter les actions marketing aux réalités du marché, aux attentes des utilisateurs, et à l'évolution de l'écosystème digital algérien. Cette approche holistique permet de garantir une proposition de valeur cohérente, évolutive et alignée avec les besoins des bénéficiaires, des aidants professionnels et des parties prenantes.

Tableau06 : Application du mix marketing 4P+2P+2C+3S à chaque phase du cycle de vie de Proxicare

ÉLÉMENT	LANCEMENT	CROISSANCE	MATURITÉ	DÉCLIN
Produit (Product)	MVP avec fonctionnalités essentielles.	Ajout : suivi des prestations, fiches santé, appels vidéo.	UX optimisée + modules complémentaires (médical, social).	Réduction aux services les plus utilisés.
Prix (Price)	Prix de lancement attractif (prix d'appel), promos initiales.	Hausse progressive selon valeur perçue.	Stabilisation + packs fidélité / abonnements.	Réduction ou offres low-cost.
Distribution (Place)	App mobile, lancement à Alger/Oran .	Extension nationale, partenariat santé et associations.	Accès multiplateforme (App, call center).	Concentration digitale, réduction géographique.
Communication (Promotion)	Campagnes réseaux sociaux, influence, flyers.	Témoignages, storytelling, publicité ciblée.	Mise en avant satisfaction et notoriété.	Communication minimale et ciblée.
Personnalisation	Interface simplifiée, adaptée aux seniors.	Recommandations personnalisées selon profil.	IA pour suggestions automatisées.	Choix simplifiés, essentiels uniquement.
Protection (Privacy)	RGPD dès le départ, transparence, stockage sécurisé.	Double authentification, consentement renforcé.	Audit régulier, certification sécurité.	Collecte minimale, suppression comptes inactifs.
Customer service	Assistance humaine via téléphone/WhatsApp.	Chatbot.	FAQ dynamique.	Support réduit mais disponible.
Community	Groupes WhatsApp/Facebook, événements locaux.	Webinaires, témoignages, échanges entre aidants.	Forums intégrés.	Animation minimale sur canaux clés.
Application mobile	Interface intuitive, grandes icônes, guidage vocal.	Ajout géolocalisation, notifications intelligentes.	Historique, préférences, personnalisation complète.	Version simplifiée avec fonctionnalités essentielles.
Sécurité (Security)	hébergement et inscription sécurisé	Vérifications régulières, conformité ISO.	Assurances intégrées, signalement avancé.	Archivage sécurisé, fermeture progressive.

Sales promotion	Réductions de lancement, parrainage, prestation offerte.	Fidélité, parrainage renforcé, bonus actifs.	Promos ciblées selon profil utilisateur.	Dernières offres, rebranding possible.
------------------------	--	--	--	--

Source : Réalisation personnelle — *élaboré par l’auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).*

Explication du tableau :

Produit (Product)

- **Lancement** : Version MVP (produit minimum viable) avec uniquement les fonctionnalités essentielles pour tester le marché.
- **Croissance** : Ajout de fonctionnalités : suivi des prestations, fiches de santé, paiement en ligne ...
- **Maturité** : Expérience utilisateur (UX) optimisée, intégration de modules complémentaires (médicaux, sociaux) tels que : Alertes géolocalisée pour situations d’urgence déclenchement SOS : envoi de la position à la famille ou au centre d’appel, programmation des sorties et des activités pour les personnes âgées ou dépendantes.
- **Déclin** : Réduction des fonctionnalités pour ne garder que les services les plus utilisés.

Prix (Price)

- ❖ **Lancement** : prix d’appel bas, pour attirer les premiers utilisateurs, pour inciter à l’essai et réduire la barrière à l’entrée.
- ❖ **Croissance** : Après avoir prouvé l’efficacité du service (ex. satisfaction, bouche à oreille, témoignages), on introduit de nouvelles fonctionnalités. Les utilisateurs voient une meilleure qualité, donc acceptent un prix plus élevé. (Augmentation progressive du prix en fonction de la valeur perçue par les utilisateurs)
- ❖ **Maturité** : Prix stabilisé, introduction de packs d’abonnement et de fidélité (réduction sur les prochains mois, accès anticipés aux nouvelles fonctionnalités, SAV prioritaire ...)
- ❖ **Déclin** : Réduction de prix ou offres low-cost pour conserver les clients et minimiser le churn (taux d’abandons).

Distribution (Place)

- ❖ **Lancement** : Application mobile lancée dans des villes pilotes (ex. Alger, Oran) pour tester le marché en conditions réelles avec un budget maîtrisé et recueillir rapidement des retours utilisateurs pour ajuster l'offre.

-Canaux de distribution en phase de lancement :

- **Application mobile (Play Store / App store)**
- **Nos pages sur les réseaux sociaux**
- ❖ **Croissance** : Extension nationale, partenariats avec établissements de santé et associations, webinaires, évènements et salons ...
- ❖ **Maturité** : Accès sur plusieurs canaux : App mobile, centre d'appel, site web.
- ❖ **Déclin** : Maintenir les canaux qui génèrent le plus de bénéfices.

Tableau07 : ☐ Canaux de distribution de Proxicare à travers les différentes phases du cycle de vie

Canal	Lancement	Croissance	Maturité	Déclin
Application mobile	☐	☐	☐	☐
Réseaux sociaux	☐	☐	☐	☐
Centre d'appel / WhatsApp	☐	*	☐	☐
Site Web	☐	*	☐	☐
Partenariats physiques	☐	☐	☐	☐
SMS / Emailing	☐	*	☐	*

☐ : canal actif / * : en développement / ☐ : non utilisé ou retiré

Source : Réalisation personnelle —*élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).*

Communication (Promotion)

- ❖ **Lancement** : Campagnes sur les réseaux sociaux, influenceurs, distribution de flyers.
- ❖ **Croissance** : Témoignages d'utilisateurs, storytelling, publicité personnalisée...
- ❖ **Maturité** : Valorisation de la satisfaction client et de la notoriété acquise.
- ❖ **Déclin** : À ce stade, le service entre dans une phase où il n'y a plus d'efforts majeurs d'acquisition de nouveaux clients. L'objectif est de réduire les coûts tout en maintenant une base d'utilisateurs fidèles ou actifs (Communication minimale, ciblée uniquement sur la base existante)

Tableau 8 : Stratégies de communication (Promotion) de Proxicare selon les phases du cycle de vie du produit

Phase	Actions de communication
Lancement	- Campagnes sur les réseaux sociaux - Collaborations avec des influenceurs - Distribution de flyers
Croissance	- Témoignages d'utilisateurs - Storytelling autour des cas d'usage - Publicité digitale personnalisée
Maturité	- Mise en avant de la satisfaction client (avis, scores) - Valorisation de la notoriété acquise
Déclin	- Communication minimale - Messages ciblés uniquement sur les utilisateurs existants

Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

Personnalisation

- ❖ **Lancement** : Interface simple, ergonomique, conçue spécifiquement pour les seniors (grandes icônes, navigation intuitive, peu d'options pour ne pas surcharger).
- ❖ **Croissance** : Introduction de suggestions personnalisées : l'application commence à adapter les services proposés selon l'âge, l'historique, ou le type de besoin de l'utilisateur.
- ❖ **Maturité** : Intégration de l'intelligence artificielle (IA) pour anticiper les besoins : recommandations automatiques de services, rappels, adaptation des horaires selon habitudes.
- ❖ **Déclin** : Retour à une interface allégée, simplifiée au maximum, ne laissant que les choix essentiels : l'objectif est de rester fonctionnel pour les utilisateurs actifs, tout en réduisant la charge technique et cognitive.

Protection (Privacy)

- ❖ **Lancement** : Dès le départ, Proxicare applique les principes du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) :
 - Transparence sur quelles données sont collectées et pourquoi, lors de l'étude de marché.

- Respect des droits des utilisateurs (modification, suppression, etc.)

Objectif : instaurer la confiance dès le premier contact.

❖ **Croissance :**

- Double authentification (par exemple : mot de passe + code Email).
- Consentement explicite pour chaque nouveau usage de données (ex. partage de fiche de santé du client).

❖ **Maturité :** Proxicare effectue des audits réguliers de ses systèmes, et vise des certifications reconnues (ex. ISO 27001).

- Surveillance active des risques.
- Mise à jour des protocoles de sécurité.

Objectif : renforcer la crédibilité auprès des partenaires institutionnels et utilisateurs.

❖ **Déclin :** À cette étape, l'objectif est de réduire la surface d'exposition :

- On ne collecte que les données strictement nécessaires.
- Les comptes inactifs sont automatiquement supprimés pour réduire les risques de fuite de données personnelles oubliées sur les serveurs

Objectif : limiter les risques tout en respectant les obligations éthiques et légales.

Service client (Customer Service)

❖ **Lancement :** Assistance humaine via téléphone ou WhatsApp

Outils:

- **WhatsApp Business :** Utilisation de l'application WhatsApp Business pour créer un profil professionnel, gérer les demandes via chat, et envoyer des messages automatiques de bienvenue ou de confirmation.
- **CRM de base :** Un CRM simple (ex. HubSpot CRM, Zoho CRM) pour suivre les interactions et informations de base des utilisateurs.

Objectif :

- Assurer une assistance personnalisée et immédiate.
- Créer une relation humaine et de confiance dès le début.
- ❖ **Croissance** : Mise en place de chatbot et élargissement du support téléphonique.

Outils:

- **Chatbot pour support de base** : qui répondent aux questions fréquentes des utilisateurs 24/7.
- **Support téléphonique élargi** : L'extension des heures de support et l'utilisation de systèmes de gestion des appels avec des fonctionnalités telle que la répartition automatique des appels (cas d'urgence, clients premiums...) .

Objectif :

- Améliorer la réactivité et la disponibilité du service client.
- Permettre une résolution plus rapide des demandes avec l'intégration de l'IA pour automatiser certaines réponses.
- ❖ **Maturité** : FAQ dynamique et auto-actualisée : une FAQ qui évolue en fonction des demandes fréquentes et des problèmes rencontrés par les utilisateurs.
- ❖ **Déclin** : Support réduit mais toujours accessible (Réduire les coûts liés au support humain, tout en offrant un minimum d'assistance aux utilisateurs qui restent actifs) .

Communauté (Community)

- ❖ **Lancement** :
 - **Canaux** : Groupes WhatsApp, Facebook.
 - **Actions** : Création de petites communautés locales autour du service (par ville/quartier), organisation d'événements physiques pour présenter le projet (ex : journées d'information, participation aux événements ...).
 - **Objectif** : Créer un lien de confiance, favoriser le bouche-à-oreille, recueillir les premiers retours utilisateurs.
- ❖ **Croissance** :

Canaux : Plateformes de visioconférence (Zoom, Teams), réseaux sociaux.

Actions : Organisation de webinaires (ex : “Comment mieux accompagner un proche âgé ?”), encouragement aux témoignages, groupes de discussion entre aidants ...

Objectif : Créer une culture de partage, renforcer l’engagement, valoriser la solidarité.

❖ **Maturité :**

Canaux : Forums communautaires intégrés à l’application (FAQ).

Actions : Intégration directe dans l’App d’un espace “Communauté” où les utilisateurs peuvent échanger (poser des questions, répondre, proposer des astuces).

Objectif : Autonomiser la communauté, favoriser la co-crédation, réduire la dépendance au support formel.

❖ **Déclin :**

Canaux : Canaux les plus actifs uniquement (ex : groupe Facebook ou section Forum principale).

Actions : Réduction du volume d’animation, mais maintien d’un lien avec les utilisateurs fidèles via des publications périodiques.

Objectif : Maintenir la présence de marque tout en réduisant les coûts de modération et d’animation.

Site (Application mobile dans notre cas) :

❖ **Lancement :** Interface intuitive avec icônes larges.

❖ **Croissance :** Ajout de la géolocalisation en temps réel (Ex : Un utilisateur à Oran peut voir instantanément les auxiliaires de vie disponibles dans un rayon de 3 km) .et de notifications intelligentes (Ex : Alertes en cas d’urgence ou d’absence d’un aidant) .

❖ **Maturité :** Historique utilisateur, préférences, personnalisation complète.

❖ **Déclin :** Version allégée (Lite) avec les fonctions principales uniquement.

Sécurité (Security) :

❖ **Lancement :** hébergement sécurisé, inscription sécurisé (confirmation de mot de passe via l’email) ...

- ❖ **Croissance** : Contrôles réguliers de sécurité, conformité aux normes (ex. ISO 27001).
- ❖ **Maturité** : Intégration d'assurances, système de signalement avancé (Bugs , comportement suspect etc.).
- ❖ **Déclin** : Archivage sécurisé des données ,assurer la sécurité des données malgré la réduction d'activité (anonymisation des données inutiles).

Quatrième axe : plan de production et organisation

IV. Quatrième axe : Plan de production et organisation

Dans ce quatrième axe, nous allons détailler comment le projet sera concrètement mis en œuvre sur le terrain. Il s'agit de présenter l'organisation interne, les moyens humains et techniques mobilisés, ainsi que les étapes nécessaires à la production et à la livraison du service. Ce plan permet de s'assurer que les ressources sont bien alignées avec les objectifs du projet, et que l'activité peut être lancée et gérée de manière efficace et structurée.

IV.1 Processus de Production et de Livraison de Proxicare

Processus de production :

1. **Étude de marché & Élaboration du Business Plan**
 - Analyse approfondie du marché cible et des besoins des utilisateurs.
 - Finalisation du business plan validant la viabilité financière et opérationnelle.
2. **Développement de l'Application – Phase initiale**
 - Conception de l'architecture technique et du design de l'interface.
 - Développement des premières fonctionnalités de base.
3. **Développement – Phase avancée & Recrutement**
 - Intégration de services spécifiques (géolocalisation, système de messagerie, gestion des profils, etc.).
 - Lancement du processus de recrutement des auxiliaires de vie.
4. **Tests Bêta & Mise en place du Service Client**
 - Tests de l'application en conditions réelles avec un groupe restreint d'utilisateurs.
 - Mise en place d'un support client multicanal (hotline, chat, e-mail).
5. **Ajustements Techniques & Formation des Auxiliaires**
 - Améliorations techniques et correctifs selon les retours des utilisateurs tests.
 - Formation des auxiliaires de vie pour assurer un service professionnel et conforme aux standards.

Processus de livraison :

Figure06 : Processus opérationnel de livraison des prestations à domicile via proxicare



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

1. Acquisition et Gestion des Demandes (Commande du Service)

Étapes :

- Le client et les auxiliaires de vie s'inscrivent et ouvrent un compte sur l'application pour accéder aux services.
- Le client choisit la prestation souhaitée (aide à domicile, soins, accompagnement, etc.) et ajuste les tarifs possibles à payer.
- L'auxiliaire de vie, de son côté, précise les services qu'il peut offrir, la rémunération, ainsi que la distance maximale qu'il peut parcourir pour se rendre chez le client.
- Le système de matching de l'application affiche les profils des auxiliaires correspondant aux critères du client, en prenant en compte les recommandations et les évaluations par étoiles des autres utilisateurs.
- Les auxiliaires de vie sont sélectionnés après avoir passé un entretien d'embauche réalisé par des professionnels du domaine et l'équipe de Proxicare. De plus, une formation est dispensée si nécessaire pour garantir la qualité des services.

2. Traitement et Attribution des Missions

Étapes :

- Une fois la demande validée, le système vérifie la disponibilité des auxiliaires dans la zone géographique du client.
- Le **matching** attribue la mission à l'auxiliaire de vie qualifié(e) selon les critères de proximité, de disponibilité et de compétences.
- Une notification est envoyée à l'auxiliaire pour l'informer de la mission à venir et au client pour confirmer la prestation.

3. Prestation du Service (Livraison de la Prestation)

Étapes :

- L'auxiliaire se rend chez le client à l'heure convenue.
- Réalisation des tâches selon la demande (toilette, repas, mobilité, etc.).
- Suivi en temps réel de la prestation (rapport d'intervention, prise de photos si besoin).

4. Facturation et Paiement

Étapes :

- Paiement en espèces main à main.
- Gestion comptable des transactions et suivi des encaissements.

5. Évaluation et Suivi Qualité**Étapes :**

- Le client laisse un avis sur la prestation reçue.
- **Proxicare** analyse les retours et améliore l'expérience utilisateur.
- Suivi et formation continue des auxiliaires en fonction des évaluations.

Modèle de la Servuction (Eiglier & Langeard, 1999) :

- **Le Support Physique**

- **L'application Proxicare** : Plateforme numérique permettant la réservation des services et la gestion des interventions.
- **Les équipements** : Uniformes et T-shirts personnalisés des auxiliaires influencent la perception du professionnalisme.
- **L'environnement de service** : Le domicile du client est le lieu de prestation.

- **Le Personnel en Contact**

- **Les auxiliaires de vie** : Acteurs clés du service, ils assurent la prestation et interagissent directement avec les clients.
- **Le service client** : Assistance et suivi des demandes, gestion des incidents et des réclamations.

- **Le Client**

- Il participe activement à la prestation en exprimant ses besoins et en interagissant avec l'auxiliaire.
- Son niveau de satisfaction dépend de la qualité du service, du respect des délais et du professionnalisme des intervenants.

- **L'Organisation Interne**

- **Gestion des demandes** : Planification efficace pour assurer la disponibilité des auxiliaires.

- **Contrôle qualité** : Recueil des avis et mise en place d’actions correctives en cas de problème.

IV.2 Principaux partenaires

Tableau 9 : Répartition des partenaires et de leurs rôles dans l’écosystème Proxicare

Catégorie de Partenariat	Partenaires	Rôle / Contribution
Secteur de la Santé	Ministère de la Santé	Régulation, agréments, accompagnement légal
	CHU (service HAD) et Établissements spécialisés	Orientation des patients vers les services Proxicare
	Associations de soutien (El Baraka, Croissant Rouge Algérien)	Sensibilisation et mise en relation avec les bénéficiaires
Partenariats Institutionnels et Financiers	Algerian Startup Fund (ASF)	Financement du projet
	Banque Nationale d’Algérie (BNA)	Solutions de financement et gestion des transactions
	Assurances (SAA)	Couverture et prise en charge partielle des services pour les assurés
Partenariats Technologiques et Digital	Développeurs web Freelancers	Développement et maintenance de l’application
	Ooredoo, Mobilis, Djezzy	Connectivité, solutions de communication et SMS
	Algérie Poste (Edahabia)	Intégration des paiements en ligne
Visibilité et Marketing	Médias (TV, radios, presse en ligne)	Promotion et sensibilisation du grand public
	Influenceurs spécialisés en santé et bien-être	Création de contenu et promotion des services
	Cliniques et Pharmacies	Promotion via leurs plateformes et espaces clients

Explication des catégories de partenariat dans le projet Proxicare :

Le projet **Proxicare** repose sur un écosystème de **partenaires stratégiques**. Ces partenaires sont regroupés selon quatre grandes **catégories** qui correspondent aux besoins du projet : réglementaires, financiers, technologiques et promotionnels.

1. Partenariats dans le secteur de la santé

Ces partenaires garantissent la crédibilité et le bon ancrage institutionnel du projet :

- **Ministère de la Santé** : Il assure la régulation du service, en délivrant les autorisations nécessaires, et veille à sa conformité avec les lois en vigueur.
- **CHU (service HAD) et établissements spécialisés** : Ils jouent un rôle crucial dans l'orientation des patients vers les services proposés par Proxicare, notamment à la sortie d'hospitalisation.
- **Associations caritatives (El Baraka, Croissant Rouge Algérien, etc.)** : Elles facilitent la mise en relation avec les bénéficiaires et mènent des actions de sensibilisation auprès des familles concernées.

2. Partenariats institutionnels et financiers

Ces acteurs soutiennent le lancement, la viabilité économique et l'accessibilité financière du projet :

- **Algerian Startup Fund (ASF)** : Fonds public dédié aux startups, il peut financer le projet via des aides .
- **Banque Nationale d'Algérie (BNA)** : C'est un financement externe (sous forme de prêt bancaire ou de soutien public) que Proxicare peut demander.
- **Compagnies d'assurances (ex. : SAA)** : Proxicare peut créer des formules conventionnées avec des assureurs, cela renforce la confiance des familles (clients) envers la qualité et la sécurité du service.
 - Les bénéficiaires ayant souscrit à une assurance santé peuvent être partiellement remboursés sur certains actes (selon les contrats).
 - Mettre en place des assurances accident de travail, car les auxiliaires travaillent souvent dans des conditions sensibles (déplacements, assistance physique).

3. Partenariats technologiques et digitaux

Ils assurent la performance technique, la connectivité et la sécurité des transactions :

- **Développeurs web Freelance** : Responsables de la création et de la maintenance de l'application mobile.
- **Opérateurs téléphoniques (Ooredoo, Mobilis, Djezzy)** : Ils apportent les services de connectivité et facilitent l'envoi de notifications ou de SMS aux usagers.

- **Algérie Poste (Edahabia)** : Partenaire pour l'intégration des paiements en ligne, permettant aux familles de régler les services en toute sécurité.

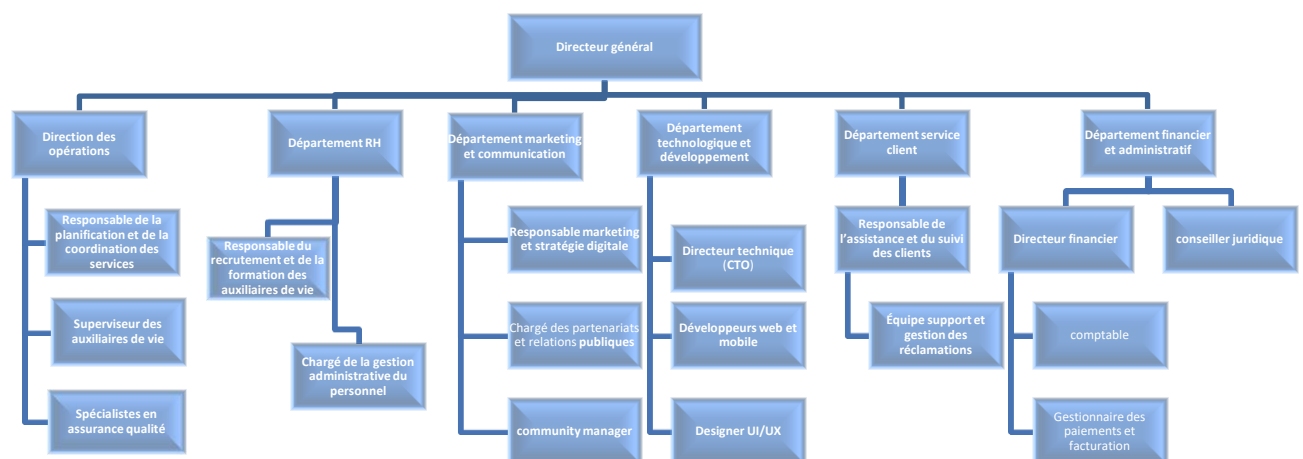
4. Visibilité et marketing

Ces partenaires assurent la promotion du service auprès du grand public et des cibles clés :

- **Médias (TV, radio, presse en ligne)** : Ils permettent de faire connaître Proxicare à une large audience.
- **Influenceurs spécialisés en santé et bien-être** : Ils jouent un rôle de prescripteurs numériques et peuvent vulgariser les bénéfices du service sur les réseaux sociaux.
- **Cliniques et pharmacies** : Elles peuvent recommander Proxicare directement à leurs clients, et afficher des supports promotionnels dans leurs locaux.

IV.3 L'organigramme

Figure07 : Organigramme hiérarchique de l'équipe Proxicare



Source : Réalisation personnelle —élaboré par l'auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

IV.4 Business model canvas (BMC)

Figure 8 : Business Model Canvas de Proxicare

5.Partenaires clés · Institutions : Hôpitaux cliniques privées et associations (croissant rouge) · Financiers : ASF, banques (BNA) , assurances (SAA). · De technologie : Développeurs web, opérateurs téléphoniques (Mobilis, Djazzy, Ooredoo). · De visibilité : influenceurs dans le domaine de santé.	6.Activités clés · Recrutement et formation des auxiliaires. · Développement et amélioration continue de l'application mobile . · Gestion de la relation client. · Marketing et communication. · Suivi, évaluation et amélioration continue des prestations.	2.Propositions de valeur Proxicare connecte les bénéficiaires aux auxiliaires de vie en proposant un accompagnement personnalisé, sécurisé et flexible. La qualité est assurée par des profils vérifiés et un suivi continu, avec la possibilité pour l'utilisateur de choisir son intervenant et à la co-crétion du service.	3.Relation client · Un accompagnement personnalisé via une cellule d'écoute. · Une mise à jour régulière des profils, des besoins et des offres. · Des enquêtes de satisfaction et · Un système de notation pour garantir la qualité des prestations.	1.Segments clients · Personnes âgées ou en perte d'autonomie nécessitant une aide à domicile. · Familles cherchant un accompagnement professionnel pour leurs proches. · Auxiliaires de vie qualifiés en recherche de missions ou de valorisation de leurs compétences. · Centres de formation qui forment ces professionnels.
8.Coût · Développement et maintenance de l'application. · Salaires du personnel technique et administratif. · Rémunération des auxiliaires de vie. · Frais marketing (acquisition client, gestion de vie client). · Hébergement, R&D, formation, assurances, électricité.			9.Revenue · Commission sur chaque prestation effectuée via l'application. · Espaces publicitaires loués à des entreprises (matériel médical, santé).	

Source : Réalisation personnelle —élaboré par l’auteur dans le cadre du projet Proxicare (2025).

Le BMC de Proxicare est **bien structuré**, il reflète une bonne compréhension du marché cible et propose une solution adaptée aux défis actuels du vieillissement de la population. Son principal avantage réside dans l'**intégration cohérente de la technologie, du social, et du médical**, ce qui est rare et prometteur dans le contexte algérien.

1. Segments de clients (Customer Segments)

Proxicare cible plusieurs profils de clients :

- **Personnes âgées** ou en perte d'autonomie nécessitant une aide à domicile.
- **Familles** cherchant un accompagnement professionnel pour leurs proches.
- **Auxiliaires de vie qualifiés** en recherche de missions ou de valorisation de leurs compétences.
- **Centres de formation** qui forment ces professionnels.

2. Proposition de valeur (Value Proposition)

Proxicare propose une **application mobile intuitive** qui :

- Met en relation bénéficiaires et auxiliaires de vie.
- Offre une **assistance personnalisée** selon les besoins spécifiques.
- Garantit la **qualité du service** via des profils vérifiés, des évaluations continues et un suivi rigoureux.
- Permet une **co-crédation du service** (choix du prestataire, tarifs etc.).
- Propose des outils d'accompagnement pour les familles et les professionnels (FAQ, documents, réclamation etc.).

3. Canaux (Channels)

Proxicare atteint ses clients via :

- **Application mobile** sur Google Play et App Store.
- **Réseaux sociaux** (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok).
- **Publicité ciblée** (Google Ads, Facebook Ads).
- **SMS marketing**.
- **Partenariats avec établissements de santé et influenceurs**.
- **Flyers** dans pharmacies, associations, centres médicaux etc.

4. Relations clients (Customer Relationships)

Le projet propose :

- Un **accompagnement personnalisé** via une cellule d'écoute.
- Une **mise à jour régulière** des profils, des besoins et des offres.
- Des **enquêtes de satisfaction** et un espace de retour d'expérience.
- Un **système de notation** pour garantir la qualité des prestations.

5. Sources de revenus (Revenue Streams)

Proxicare génère des revenus par :

- **Commission** sur chaque prestation effectuée via l'application.
- **Espaces publicitaires** loués à des entreprises (matériel médical, santé).

- **Offres premium** pour les utilisateurs professionnels (visibilité, badges).

6. Ressources clés (Key Resources)

- **Technologiques** : application, base de données, support technique.
- **Humaines** : auxiliaires de vie, équipe de développement, support client.
- **Informationnelles** : contenus éducatifs, articles, blogs de sensibilisation.

7. Activités clés (Key Activities)

- Recrutement et formation des auxiliaires.
- Développement et amélioration continue de l'application.
- Gestion de la relation client.
- Marketing et communication.
- Suivi, évaluation et amélioration continue des prestations.

8. Partenariats clés (Key Partnerships)

- **Institutions de santé** : Ministère de la Santé, hôpitaux.
- **Financiers** : ASF, banques, assurances (SAA).
- **Technologie** : développeurs, opérateurs téléphoniques (Mobilis, Djezzy, Ooredoo).
- **Logistique** : Algérie Poste (Edahabia).
- **Visibilité** : influenceurs santé, médias, cliniques...

9. Structure des coûts (Cost Structure)

Les dépenses majeures incluent :

- **Développement et maintenance** de l'application.
- **Salaires** du personnel technique et administratif.
- **Rémunération** des auxiliaires de vie.
- **Frais marketing** (acquisition client, gestion de vie client).
- **Hébergement**, R&D, formation, assurances, électricité.

Points forts du BMC Proxicare :

- **Proposition de valeur claire et pertinente :**

L'application répond à un besoin croissant en Algérie : la prise en charge des personnes âgées ou dépendantes, avec une approche innovante centrée sur la **digitalisation des services d'aide à domicile**. La co-crédation de l'offre et la personnalisation du service renforcent l'attractivité.

- **Segment de clientèle bien défini :**

La segmentation est pertinente : les bénéficiaires, les familles, les auxiliaires de vie et les centres de formation forment un écosystème cohérent autour de l'offre.

- **Réseau de partenaires stratégique :**

L'intégration d'acteurs institutionnels (ministère de la santé, CHU), financiers (banques, assurances), technologiques (opérateurs télécoms), et sociaux (associations), permet d'assurer la **crédibilité, la faisabilité et la diffusion** du service à grande échelle.

- **Sources de revenus diversifiées :**

La monétisation via des commissions, des espaces publicitaires et des offres premium montre une **vision économique durable et scalable**.

- **Approche multicanal bien pensée :**

L'utilisation combinée d'App stores, de SMS, de réseaux sociaux, et de canaux physiques (flyers, pharmacies etc.) permet de toucher un public varié, y compris les non-technophiles.

Cinquième axe : Plan financier

V. Cinquième axe : Plan financier

La viabilité d'une startup repose sur une gestion financière rigoureuse et une planification stratégique des ressources. Le plan financier constitue ainsi un élément fondamental pour assurer le développement et la pérennité de *Proxicare*. Il permet non seulement d'évaluer la rentabilité du projet, mais aussi d'anticiper les investissements nécessaires, d'optimiser la gestion des coûts et de garantir une croissance stable. Une planification financière bien élaborée est un levier essentiel pour attirer des investisseurs, rassurer les partenaires et assurer une gestion efficace des fonds disponibles.

Dans un marché en pleine expansion comme celui des services d'auxiliaires de vie, où la demande pour des solutions modernes et accessibles ne cesse de croître, il est essentiel d'établir des prévisions financières réalistes. Celles-ci doivent permettre de garantir un équilibre entre **croissance, rentabilité et pérennité** tout en assurant la capacité du projet à s'adapter aux évolutions du marché et aux besoins des bénéficiaires.

Une bonne maîtrise des revenus, des charges et des flux de trésorerie est indispensable pour assurer une montée en puissance progressive du projet tout en minimisant les risques financiers. La gestion des coûts d'acquisition client, les dépenses technologiques et opérationnelles ainsi que les stratégies de financement doivent être planifiées de manière à assurer une rentabilité durable et une capacité à évoluer à long terme.

V.1 Les coûts et les charges

La gestion des coûts et des charges est un élément essentiel dans la réussite de *Proxicare*. Une planification rigoureuse permet d'assurer la rentabilité du projet tout en garantissant un service de qualité aux bénéficiaires et aux auxiliaires de vie. Ces coûts peuvent être classés en trois grandes catégories : **les coûts fixes**, **les coûts variables** et **les charges exceptionnelles**.

Les coûts fixes :

Les coûts fixes correspondent aux dépenses incompressibles qui ne varient pas en fonction du volume d'activité. Ils sont nécessaires au bon fonctionnement de *Proxicare* et doivent être pris en charge indépendamment du nombre d'utilisateurs actifs.

➤ Développement et maintenance de l'application mobile

L'application mobile est le cœur du projet, assurant la mise en relation entre les bénéficiaires et les auxiliaires de vie. Les coûts incluent :

- **Le développement initial** : conception UX/UI, programmation et intégration des fonctionnalités.
- **La maintenance continue** : correction des bugs, mises à jour régulières et amélioration de l'expérience utilisateur.
- **L'ajout de nouvelles fonctionnalités** pour optimiser l'efficacité du service (chatbot, suivi des prestations en temps réel, notifications intelligentes, etc.).

➤ Hébergement, sécurité des données et gestion des serveurs

L'hébergement de l'application et la gestion des serveurs sont des éléments essentiels pour garantir la fluidité et la sécurité du service. Ces coûts comprennent :

- **L'infrastructure cloud** : location de serveurs pour stocker les données et garantir un accès rapide à la plateforme.

- **Le cyber sécurité** : mise en place de protocoles de protection des données personnelles pour assurer la confidentialité des informations des bénéficiaires et des auxiliaires de vie.
- **Les coûts de maintenance et d'optimisation** pour éviter les pannes et garantir une disponibilité maximale de l'application.

➤ **Salaires des employés en charge de la gestion et du support client**

L'équipe interne est indispensable pour assurer le suivi des opérations et garantir une expérience utilisateur fluide.

➤ **Frais juridiques et assurances**

Comme toute entreprise, *Proxicare* doit s'assurer du respect des réglementations en vigueur et protéger ses activités. Les charges concernent :

- **Les frais d'enregistrement et de conformité légale.**
- **L'assurance responsabilité civile professionnelle** pour couvrir d'éventuels litiges entre les bénéficiaires et les auxiliaires de vie.
- **Les services juridiques** pour la rédaction et la validation des contrats de prestation de service.

➤ **Frais de location et charges opérationnelles**

Pour assurer une gestion efficace du projet, des locaux et des équipements sont nécessaires :

- **Location des bureaux** pour l'équipe de gestion.
- **Frais d'électricité, d'eau et d'entretien.**
- **Produits d'hygiène et de maintenance** pour assurer un environnement de travail fonctionnel.

➤ **Frais d'Internet et de télécommunications**

La connectivité est un élément clé pour assurer une communication fluide entre l'équipe, les auxiliaires et les bénéficiaires :

- **Abonnements Internet et téléphoniques** via Algérie Télécom.
- **Coût des outils de collaboration en ligne** pour optimiser la gestion des opérations.

Les coûts variables :

Les coûts variables évoluent en fonction du volume de transactions et du nombre d'utilisateurs actifs sur la plateforme. Ils doivent être maîtrisés pour optimiser la rentabilité du projet.

➤ **Rémunération des auxiliaires de vie**

Proxicare adopte un modèle économique basé sur une commission prélevée sur chaque prestation réalisée. Les auxiliaires de vie perçoivent une part significative des revenus générés par ces transactions, ils sont des charges pour Proxicare.

➤ **Frais marketing et communication : acquisition client et fidélisation**

Pour assurer la croissance de la plateforme, des investissements marketing sont nécessaires :

- **Campagnes publicitaires en ligne et sur les réseaux sociaux** (Facebook Ads, Google Ads, TikTok, etc.).
- **Optimisation du référencement SEO** pour accroître la visibilité de la plateforme.
- **Création de contenu** pour sensibiliser le public aux services proposés par **Proxicare**.
- **Collaboration avec des influenceurs du domaine de santé**.

➤ **Fidélisation et gestion de la relation client**

Il est essentiel d'assurer une satisfaction client optimale pour favoriser la rétention des utilisateurs :

- **Mise en place d'une cellule d'écoute** pour recueillir les retours et améliorer les services.
- **Programme de fidélisation** (réductions pour les clients réguliers, abonnements premium).

- **Support client réactif** pour répondre aux demandes et résoudre les problèmes rapidement.

➤ **Formations et certifications des auxiliaires de vie**

Pour garantir un service de qualité, les auxiliaires doivent être bien formés et certifiés :

- **Sessions de formation continue** en collaboration avec les écoles de formations pour renforcer leurs compétences.
- **Attribution de certifications** pour assurer un service professionnel et sécurisé.

Charges exceptionnelles :

Certaines charges sont occasionnelles et liées à l'évolution de l'entreprise. Elles permettent d'améliorer les performances et d'assurer la compétitivité du projet.

➤ **Recherche et Développement (R&D)**

L'innovation est un élément clé du succès de *Proxicare*. Les coûts de R&D incluent :

- **L'amélioration des algorithmes de matching** entre auxiliaires et bénéficiaires.
- **Le développement de nouvelles fonctionnalités** comme l'intégration d'un Chatbot intelligent pour automatiser certaines tâches.
- **L'adaptation aux évolutions technologiques et réglementaires.**

➤ **Expansion et développement géographique**

À long terme, *Proxicare* peut envisager d'étendre ses services à d'autres villes ou pays. Cela nécessite :

- **L'adaptation du modèle économique** aux spécificités des nouveaux marchés.
- **Le recrutement de nouveaux partenaires et auxiliaires de vie.**

➤ **Frais imprévus et ajustements réglementaires**

Comme tout projet, **Proxicare** doit prévoir une marge pour faire face aux imprévus :

- **Évolutions réglementaires nécessitant des mises à jour juridiques et administratives.**
- **Incidents techniques ou cyber sécurité nécessitant des interventions urgentes.**
- **Dépenses imprévues liées aux conditions économiques et aux fluctuations du marché.**

V.2 Le chiffre d'affaires

Tableau10 : Estimation du chiffre d'affaires optimiste de Proxicare sur 5 ans

CA optimiste	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Nombre des clients (auxiliaires de vie et personnes âgées ou en perte d'autonomie)	720	760	800	840	880
Fréquence d'opération (transaction) : 4 fois /mois	48	48	48	48	48
Prix moyen par transaction : 3000 da	3000	3000	3000	3000	3000
% de bénéfices pour Proxicare	20%	20%	20%	20%	20%
Bénéfices pour Proxicare par transaction	600	600	600	600	600
Taux de croissance	/	20%	20%	30%	35%
Total CA optimiste	20736000 ,00	24883200,00	29859840 ,00	38817792 ,00	52404019,200

Ce scénario de prévision financière repose sur une croissance soutenue du nombre de clients (40 clients / an) et une fréquence d'utilisation régulière des services. Les hypothèses sont détaillées comme suit :

1. Hypothèses du scénario optimiste

- **Nombre de clients :** Ce chiffre regroupe à la fois les personnes bénéficiaires et les auxiliaires de vie utilisant la plateforme. Il augmente chaque année avec un taux de croissance annuel compris entre **20 % et 35 %**.

- **Fréquence des transactions** : Chaque client réalise en moyenne **4 transactions par mois**, soit **48 par an**.
- **Prix moyen d'une transaction** : Fixé à **3000 DZD**, ce tarif reflète un service standard d'assistance à domicile.
- **Taux de commission pour Proxicare** : L'entreprise perçoit **20 % de chaque transaction**, soit **600 DZD par opération**.

2. Calcul du chiffre d'affaires annuel (optimiste)

Le chiffre d'affaires est calculé sur la base suivante :

$$CA = \text{Nombre de clients} \times 48 \text{ (transactions/an)} \times 600 \text{ DZD (bénéfice par transaction)}$$

3. Analyse

- La croissance soutenue du nombre de clients et l'augmentation progressive du chiffre d'affaires reflètent un **modèle économique évolutif et rentable**.
- À partir de **la 3e année**, la croissance devient plus marquée (30 %, puis 35 %), traduisant une phase d'expansion après validation du modèle initial.

Tableau11 : Estimation du chiffre d'affaires pessimiste de Proxicare sur 5 ans

CA pessimiste	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Nombre des clients (auxiliaires de vie et personnes âgées ou en perte d'autonomie)	620	640	680	1560	1760
Fréquence d'opération (transaction) : 4 fois /mois	24	24	24	24	24
Prix moyen par transaction : 3000 da	3000	3000	3000	3000	3000
% de bénéfices pour Proxicare	20%	20%	20%	20%	20%
Bénéfices pour Proxicare par transaction	600	600	600	600	600
Taux de croissance	/	10%	10%	12%	15%
Total CA pessimiste	8928000,00	9820800 ,00	10802880 ,00	12099225,600	13914109,4400

Ce scénario repose sur des hypothèses plus conservatrices : une croissance plus lente et une fréquence d'utilisation plus faible (2 fois/mois au lieu de 4).

1. Hypothèses du scénario pessimiste

Dans une optique prudente, plusieurs hypothèses réalistes ont été retenues pour projeter le chiffre d'affaires de l'entreprise sur une période de cinq ans :

- **Nombre de clients** : Le service commence avec 620 utilisateurs (personnes âgées, en perte d'autonomie, et auxiliaires de vie). Une croissance modérée est envisagée, autour de 10 % les premières années, avec une accélération en N+3 et N+4 pour atteindre 1760 utilisateurs.
- **Fréquence d'utilisation** : Dans ce scénario, on considère que chaque client utilise les services **deux fois par mois**, soit **24 transactions par an**. Cette fréquence tient compte par exemple de contraintes économiques, logistiques ou d'adoption lente du service.
- **Prix moyen par transaction** : Le prix du service reste constant à **3000 DZD** par opération. Il s'agit d'un tarif moyen estimé pour une prestation de base d'assistance à domicile.

- **Marge de Proxicare** : L'entreprise perçoit une **commission de 20 %** sur chaque transaction. Cela représente **600 DZD de bénéfice par opération**, ce qui constitue la base de calcul du chiffre d'affaires.
- **Croissance annuelle** : Elle est relativement lente en début de période (+10 %), mais augmente à partir de la 3e année (+12 %, puis +15 %).

2. Analyse

- Ce scénario reflète une **utilisation plus prudente des services** avec une fréquence réduite (2 fois/mois).
- La **croissance des clients reste progressive**, sauf en N+3 où l'hypothèse d'une forte augmentation du nombre de bénéficiaires est conservée malgré la prudence globale.
- Le modèle reste **rentable même dans une configuration pessimiste**, ce qui rassure les partenaires sur la **viabilité du projet**.

V.3 Bilan prévisionnel

Tableau 12 : Estimation des actifs de Proxicare sur 5 ans

Actif	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Actif non courant					
Frais de développement	40000,00	50000,00	74000,00	80000,00	100000,00
Logiciels informatiques	120000,00	170000,00	300000,00	310000,00	310000,00
Droits de la marque	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00
Autres immobilisations	30000,00	3084000,00	100000,00	120000,00	140000,00
Amortissements incorporels	-56000,00	-85467,00	-136800,00	-145333,00	-153333,00
Autres immobilisations corporelles	350000,00	4000000,00	4000000,00	410000,00	450000,00
Amortissements corporels	-70000,00	-80000,00	-80000,00	-82000,00	-90000,00
Immobilisations financières	50000,00	60000,00	70000,00	80000,00	90000,00
Total actifs non courant	568000,00	678533,00	7422000,00	812667,00	866667,00
Actif courant					

CINQUIEME AXE : PLAN FINANCIER

Stocks et en-cours	0,00	22000,00	27800,00	40000,00	47400,00
Créances clients	0,00	50000,00	80000,00	100000,00	120000,00
Trésorerie	20192500,00	24139200,00	29014940,00	37869092,00	51176119,2,00
Total actif courant	3218000,00	522000,00	607800,00	710000,00	766400,00
Total actif	20760500,00	24889733,00	29864940,00	38821759,00	52210186,200

Tableau 13 : Estimation du passif de Proxicare sur 5 ans

passif	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Capitaux propres					
Capital émis	100000,00	100000,00	120000,00	120000,00	120000,00
Apport externe	860000,00	860000,00	870000,00	870000,00	880000,00
Réserve & report à nouveau	0,00	100000,00	124000,00	150000,00	200000,00
Résultat de l'exercice	19792500,00	23820733,00	28664540,00	37519459,00	50795186,200
Total capitaux propres	20752500,00	24880733,00	29778540,00	38659459,00	51995186,200
Passif non courant					
Emprunts et dettes fournisseurs	8000,00	9000,00	10000,00	12300,00	15000,00
Total passif non courant	8000,00	9000,00	10000,00	12300,00	15000,00
Passif courant					
Fournisseurs & comptes rattachés	0,00	0,00	76400,00	150000,00	200000,00
Impôts	/	/	/	/	/
Total passif courant	0,00	0,00	76400,00	150000,00	200000,00
Total passif	20760500,00	24889733,00	29864940,00	38821759,00	52210186,200

V.4 Le tableau des états financiers

Tableau 14 : Compte de résultat prévisionnel de Proxicare pour la période N à N+4

Le tableau des comptes de résultat (TCR)					
En DZD	N1	N2	N3	N4	N5
Ventes et produits connexes (CA)	20736000,00	24883200,00	29859840,00	38817792,00	52404019,200
1. Produit de l'exercice	20736000,00	24883200,00	29859840,00	38817792,00	52404019,200
-Achats consommés	25000,00	30000,00	37000,00	55000,00	65000,00
-Services extérieurs et autres consommations	570000,00	600000,00	630000,00	660000,00	900000,00
2.consomption de l'exercice	595000,00	630000,00	667000,00	715000,00	965000,00
3. Valeurs ajoutées	20141000,00	24253200,00	29192840,00	38102792,00	51439019,200
-Frais personnels	2000000,00	240000,00	280000,00	320000,00	360000,00
-Impôts et taxes et versements assimilés	22500,00	27000,00	31500,00	36000,00	40500,00
4. Bénéfice brut d'exploitation	19918500,00	23986200,00	28881340,00	37746792,00	51038519,200
Dotations aux amortissements	126000,00	165467,00	216800,00	227333,00	243333,00
5.Résultat opérationnel	19792500,00	23820733,00	28664540,00	37519459,00	50795186,2,00
Résultat ordinaire avant impôts	19792500,00	23820733,00	28664540,00	37519459,00	50795186,200
Impôts exigible sur résultat	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bénéfice net	19792500,00	23820733,00	28664540,00	37519459,00	50795186,200

Analyse du Compte de Résultat Prévisionnel – Proxicare (Années N à N+4) :

Le compte de résultat prévisionnel de Proxicare permet d'évaluer la performance économique du projet sur une période de cinq ans. Il met en évidence les revenus générés, les charges engagées et le bénéfice net obtenu à chaque exercice.

1. Chiffre d'affaires et produit de l'exercice

Le chiffre d'affaires progresse de manière régulière, passant de 20,7 millions DZD en N à plus de 52 millions DZD en N+4. Cette évolution reflète une augmentation continue du nombre de clients et de transactions, confirmant l'attractivité croissante de l'offre de Proxicare.

2. Consommation de l'exercice

Les charges d'exploitation comprennent :

- Les achats consommés, relativement faibles (entre 25 000 et 65 000 DZD).
- Les services extérieurs, en augmentation progressive (de 570 000 à 900 000 DZD), traduisant une montée en puissance des opérations techniques, marketing et logistiques.
- La maîtrise des charges reste un point fort du projet, permettant une forte génération de valeur.

3. Valeur ajoutée

La valeur ajoutée générée chaque année est significative. Elle passe de 20,1 millions DZD en N à plus de 51,4 millions DZD en N+4, ce qui illustre la capacité du projet à transformer efficacement les ressources en richesse (rémunération du personnel etc.).

4. Charges de personnel et impôts

- Les frais de personnel restent modérés, ce qui peut s'expliquer par une structure allégée et une forte digitalisation des services.
- Les impôts sont nuls sur la période, en raison d'exonérations fiscales ou d'un régime favorable aux jeunes entreprises innovantes.

5. Résultat opérationnel et bénéfice net

Le résultat net est particulièrement élevé, atteignant près de 51 millions DZD en N+4. Cette rentabilité soutenue montre que le modèle économique de Proxicare est solide, avec une forte capacité d'autofinancement et un excellent retour sur investissement.

Conclusion

Le compte de résultat prévisionnel démontre une entreprise à fort potentiel, générant des profits significatifs dès la première année. Il met en lumière une gestion rigoureuse, une croissance maîtrisée et une rentabilité exceptionnelle. Ces éléments renforcent l'intérêt du projet pour d'éventuels investisseurs ou partenaires institutionnels.

Sixième axe : Le prototype

VI. Sixième axe : Le prototype

Le prototype est une phase incontournable dans le processus de développement de l'application *Proxicare*. Il représente une première matérialisation de l'application en version simplifiée, permettant de tester et de valider les idées et les choix effectués durant la phase de conception. À ce stade, le prototype n'est pas un produit final, mais plutôt un modèle fonctionnel destiné à explorer la faisabilité des différentes fonctionnalités et à identifier les axes d'amélioration avant la phase de développement complet.

Il est un véritable outil de communication, tant pour les investisseurs que pour les utilisateurs finaux, en facilitant la compréhension des enjeux et des fonctionnalités clés de l'application.

L'application présentée dans les captures d'écran semble être une application mobile dédiée aux services d'auxiliaires de vie et à l'assistance à domicile. Voici une description détaillée :

Proxicare est une plateforme intuitive et complète conçue pour faciliter la mise en relation entre les auxiliaires de vie et les personnes nécessitant un accompagnement quotidien. Grâce à une interface fluide et des fonctionnalités intelligentes, l'application offre une gestion simplifiée des soins et un suivi personnalisé des bénéficiaires.

Page d'accueil :

L'application propose un design ergonomique, épuré et accessible à tous les utilisateurs. Une navigation intuitive permet d'accéder rapidement aux différentes fonctionnalités essentielles :

Image (02) : Interface utilisateur – Écran d'accueil



- **Notes Personnalisées** : Un espace dédié à l'enregistrement et à l'organisation des remarques sur les soins et les bénéficiaires.
- **Alertes et Notifications** : Un système de rappels en temps réel pour ne jamais oublier une intervention ou une tâche importante.
- **Articles Médicaux et Conseils Pratiques** : Une bibliothèque de contenus validés par des experts pour améliorer les connaissances en soins à domicile.
- **Espace Publicitaire** : Un lieu dédié aux écoles de formation spécialisées, permettant aux auxiliaires d'améliorer leurs compétences.
- **FAQ Interactive** : Un forum d'échange entre les auxiliaires et les bénéficiaires pour répondre aux questions courantes et partager des expériences.

- **Espace de Réclamation** : Un outil pratique pour signaler un problème ou donner un retour sur les services proposés.

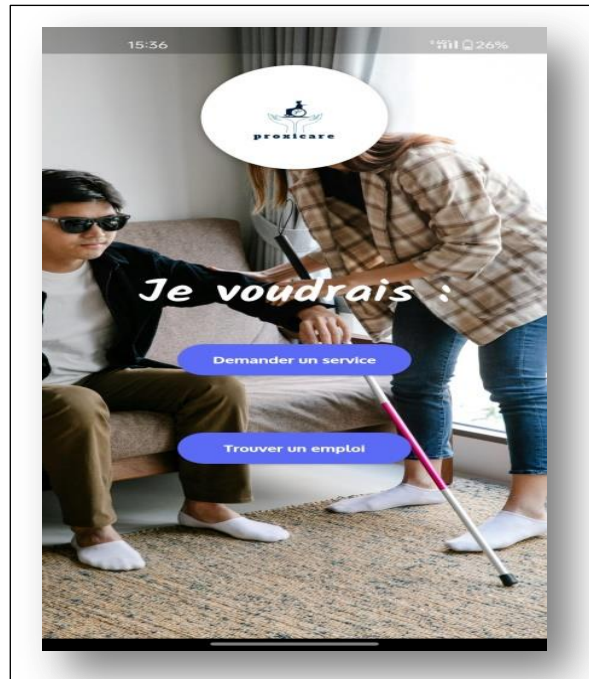
Image(03) : Interface utilisateur – Écran d'accueil



« Parmi les clients qui prennent l'initiative de formuler une réclamation, **entre 20 % et 54 % continuent à acheter** si leur problème est résolu. Ce taux grimpe à **95 % lorsque la solution apportée est jugée satisfaisante**. De plus, un client satisfait parlera de son expérience positive à **au moins cinq personnes** de son entourage, tandis qu'un client mécontent partagera son insatisfaction avec **en moyenne onze personnes**. »

« Quelles que soient la qualité des produits ou la stratégie marketing, **des erreurs peuvent survenir**. Il est donc crucial de mettre en place **des dispositifs accessibles et efficaces** pour recueillir, traiter et résoudre les réclamations. Des outils tels que **les formulaires de suggestion, les numéros verts, les sites Internet ou les adresses e-mail** facilitent une communication réciproque et fluide.

Image(04) : Écran d'accueil de l'application Proxicare : choix entre demander un service ou trouver un emploi



La gestion des réclamations doit allier **flexibilité et sincérité**, tout en évitant les maladroites ou les failles organisationnelles pouvant déboucher sur des litiges. Le client doit sentir que **l'entreprise lui accorde une réelle importance**. (Kotler, 2022)»

- **AI Chatbot** : Une assistance virtuelle intelligente disponible 24/7 pour guider l'utilisateur et répondre instantanément aux questions.

Cette capture d'écran présente deux boutons clairement visibles et faciles d'accès, placés de manière stratégique pour offrir une navigation fluide aux utilisateurs. Voici une explication détaillée de chacun de ces boutons :

Premier Bouton – "Demander un service"

Ce bouton permet aux bénéficiaires ou à leurs proches de demander une assistance à domicile.

Lorsqu'un utilisateur appuie sur ce bouton, il est redirigé vers une interface où il peut préciser le type de service dont il a besoin (aide aux soins, aide-ménagère, etc.) et ses critères (localisation, tarifs possible, etc.).

Ce bouton est destiné à faciliter l'accès aux services d'assistance à domicile, en mettant l'accent sur une prise en charge rapide et efficace des demandes.

Image(05) : Choix de prestation

Deuxième Bouton – "Trouver un emploi"

Lorsqu'un auxiliaire de vie clique sur le bouton **"Trouver un emploi"**,

il accède à un formulaire interactif qui lui permet de personnaliser son profil et de spécifier les conditions sous lesquelles il est prêt à travailler.

Cette fonctionnalité vise à offrir aux professionnels une grande flexibilité dans la gestion de leurs services.

- **Choix de la Distance Maximale**

Dans cette section (image 06), les auxiliaires de vie peuvent définir

Image(06) : Choix de la distance



la distance maximale qu'ils sont prêts à parcourir pour atteindre leurs clients. Cette option permet aux utilisateurs d'adapter leur disponibilité en fonction de leur emplacement géographique et de leurs préférences personnelles. En sélectionnant une distance appropriée, l'auxiliaire s'assure de ne recevoir que les demandes de clients qui se trouvent à une distance raisonnable de son domicile ou de son lieu de travail.

- **Ajustement des Tarifs**

Une autre fonctionnalité clé permet aux auxiliaires de vie d'ajuster leurs tarifs selon leurs besoins et les spécificités du service qu'ils proposent (image07). Cette flexibilité tarifaire permet aux auxiliaires de s'adapter aux variations du marché tout en répondant aux attentes des clients.

Image(07) : Ajustement des tarifs

Géolocalisation et Matching Intelligent dans Proxicare

L'application **Proxicare** intègre un système de recommandation avancé basé sur la géolocalisation et plusieurs critères de correspondance (image08). Cette fonctionnalité vise à optimiser l'expérience utilisateur en proposant l'auxiliaire de vie le plus adapté aux besoins du bénéficiaire.

Fonctionnement du Système de Matching

Lorsqu'un bénéficiaire cherche un service, **Proxicare** analyse plusieurs paramètres pour proposer l'auxiliaire de vie le plus pertinent.

Image(08) : Interface utilisateur –Réservation d'un service



L'algorithme prend en compte les éléments suivants :

Les préférences du bénéficiaire

- Type de service recherché (aide au ménage, assistance médicale, accompagnement, etc.).
- Budget disponible.

Les critères de l'auxiliaire de vie

- **Tarif proposé** : L'application compare les attentes budgétaires du bénéficiaire avec les prix fixés par les auxiliaires de vie.
- **Distance maximale de déplacement** : Chaque auxiliaire peut définir la zone géographique dans laquelle il est prêt à intervenir.
- Type de prestation qu'il peut faire (aide au ménage, assistance médicale, accompagnement, etc.).
- Seuls les profils correspondant aux besoins spécifiques du bénéficiaire sont proposés.

❖ **L'option premium : Conserver le même auxiliaire**

Pour garantir une relation de confiance sur le long terme, Proxicare propose une option premium permettant de garder le même auxiliaire de vie.

Cette fonctionnalité est particulièrement utile pour les bénéficiaires ayant besoin d'un suivi régulier et personnalisé.

Objectif et Valeur Ajoutée :

- ❖ **Gain de temps** : L'utilisateur reçoit directement des recommandations précises sans devoir chercher manuellement un auxiliaire.
- ❖ **Personnalisation** : Le service s'adapte aux besoins spécifiques de chaque bénéficiaire.
- ❖ **Optimisation des ressources** : Les auxiliaires de vie sont mis en relation avec des clients situés à proximité et en accord avec leurs tarifs et compétences.
- ❖ **Fidélisation et confiance** : L'option premium favorise une relation durable entre l'auxiliaire et le bénéficiaire.

Accès au prototype de l'application Proxicare :

<https://www.mediafire.com/file/mktodap1hc73k4w/proxicare.apk/file>

Conclusion générale

Au terme de ce projet de fin d'études, le développement de la plateforme *Proxicare* a permis de démontrer la faisabilité d'une solution numérique innovante au service de l'accompagnement des personnes vulnérables en Algérie. Grâce à une méthodologie structurée, nous avons pu identifier un besoin réel sur le marché, concevoir une application fonctionnelle, et valider son intérêt auprès d'un échantillon d'utilisateurs cibles.

Les résultats obtenus ont confirmé l'existence d'un potentiel commercial important, en particulier dans les zones urbaines où les familles cherchent des solutions flexibles et fiables pour la prise en charge de leurs proches. Toutefois, des perspectives d'amélioration subsistent, notamment en ce qui concerne le développement de partenariats, l'automatisation et l'optimisation des services, l'ajout de nouveaux services, ainsi que l'extension vers d'autres régions et à l'international.

Ainsi, *Proxicare* se positionne comme une initiative prometteuse dans le domaine de la santé numérique en Algérie, en combinant impact social, innovation technologique et viabilité économique. Ce mémoire ouvre la voie à de futures recherches et développements pour enrichir l'écosystème des services à la personne dans notre pays .

Références

- ❖ Office National des Statistiques. (2020). *Démographie algérienne*. Récupéré sur <https://www.ons.dz/IMG/pdf/Demographie%20Algerienne2020.pdf>
- ❖ Algérie360. (2023, octobre 5). *Les personnes âgées représenteront 10 % de la population en Algérie au cours des prochaines années*. Récupéré sur Algérie360: <https://www.algerie360.com/les-personnes-agees-representeront-10-de-la-population-en-algerie-au-cours-des-prochaines-annees/>
- ❖ Algérienne, J. O. (2018). Journal Officiel de la République Algérienne . *Loi n°18-11 du 2 juillet 2018, relative à la santé, section 3, , 86-87*.
- ❖ Benakcha, R. (2013). Mutation des structures familiales en Algérie. *Recherches Familiales , 10* , 163–172 . Récupéré sur <https://shs.cairn.info/revue-recherches-familiales-2013-1-page-163>
- ❖ économiques, O. d. (2005). *Manuel d’Oslo – Lignes directrices pour le recueil et l’interprétation des données sur l’innovation* (éd. 3). (OCDE, Éd.) Paris.
- ❖ fr-academic.com. (s.d.). *Liste des wilayas d'Algérie*. Récupéré sur fr-academic.com: <https://fr-academic.com/dic.nsf/frwiki/1916130>
- ❖ Kotler, P. K.-G. (2022). *Marketing Management (16^e édition, version française)* . France: Pearson France.
- ❖ Le Nagard-Assayag, E. M.-D. (2015). *Marketing de l'innovation (3e éd.)*. paris: Dunod .
- ❖ Ministère de la Numérisation et des Statistiques. (2023, AVRIL 15). *Stratégie nationale de transformation numérique*. (G. d. Populaire, Éditeur) Récupéré sur Ministère de la Numérisation et des Statistiques: <https://www.mds.gov.dz/strategie-nationale-transformation-numerique>
- ❖ Office National des Statistiques. (2021, décembre 20). *Indicateurs démographiques 2020-2040*. (O. Algérie, Éditeur) Consulté le 04 22, 2025, sur Office National des Statistiques: <https://www.ons.dz/IMG/pdf/demographie2019.pdf>
- ❖ ONS, O. N. (2021). *Démographie algérienne 2020*. Office National des Statistiques. Récupéré sur <https://www.ons.dz/IMG/pdf/Demographie%20Algerienne2020.pdf>
- ❖ Organisation mondiale de la santé. (2021, OCTOBRE 4). *Vieillissement et santé – Rapport mondial*. (O. m. santé, Éditeur) Consulté le 04 16, 2025, sur Organisation mondiale de la santé: <https://www.who.int/fr/publications/i/item/9789241565042>
- ❖ raphaelcoul14. (s.d.). *Algérie*. Récupéré sur Scribd: <https://fr.scribd.com/document/842364634/Algerie>
- ❖ Santé, O. m. (2021). *Digital health: Transforming and improving population health* . Récupéré sur Organisation mondiale de la Santé : <https://www.who.int/publications/i/item/9789240020924>

- ❖ Santé, O. m. (2021). *Health at home: The future of healthcare services*. Organisation mondiale de la Santé (OMS). Récupéré sur <https://www.who.int/publications/i/item/9789240020924>
- ❖ Santé, O. m. (2024, octobre 1). *Vieillesse et santé*. Récupéré sur Organisation mondiale de la Santé: <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- ❖ Statistiques, O. N. (2023). *Démographie algérienne 2020- 2023*. Récupéré sur https://www.ons.dz/IMG/pdf/Demographie_Algerienne2020_2023.pdf
- ❖ UNFPA Algérie. (2022, NOVEMBRE 10). *La situation des personnes âgées en Algérie*. (U. Algérie, Éditeur) Récupéré sur Fonds des Nations Unies pour la Population: <https://algeria.unfpa.org/fr/topics/vieillesse>
- ❖ Universalis, Encyclopædia. (2023). *Population âgée de 65 ans et plus – Algérie*. Récupéré sur Encyclopædia Universalis: <https://www.universalis.fr/donnees-pays/indicateur/population-agee-65-plus/algerie/>
- ❖ Corbière, M., & Larivière, N. (2020). *Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes : Dans la recherche en sciences humaines, sociales et de la santé* (2e éd.). Presses de l'Université du Québec.
- ❖ University of Education. (s.d.). *APA Manual (6th Edition)*. https://ue.edu.pk/jrre/APA_Manual_6th_Edition.pdf

Résumé

L'Algérie fait face à un vieillissement croissant de sa population, générant une demande accrue en matière de services d'aide à domicile. Dans ce contexte, le projet **Proxicare** vise à développer une application mobile innovante pour mettre en relation des auxiliaires de vie qualifiés avec les personnes âgées ou en perte d'autonomie. Ce mémoire analyse la faisabilité stratégique, économique et technologique du projet à travers une méthodologie combinant étude documentaire, enquête terrain et outils d'analyse stratégique (SWOT, PESTEL, SMART). Les résultats démontrent un fort potentiel de développement dans les grandes villes algériennes et une réponse pertinente aux besoins sociétaux en matière d'accompagnement personnalisé et digitalisé. Le projet s'inscrit dans une logique de transformation numérique inclusive, en valorisant à la fois les aidants et les bénéficiaires. Ce mémoire propose également des recommandations pour la mise en œuvre du projet et son évolution future.

Mots-clés : *Proxicare, auxiliaire de vie, aide à domicile, personnes âgées, innovation sociale, application mobile, digitalisation, Algérie.*

Algeria is facing a growing aging population, leading to an increased demand for home care services. In this context, the **Proxicare** project aims to develop an innovative mobile application that connects qualified caregivers with elderly or dependent individuals. This thesis examines the strategic, economic, and technological feasibility of the project through a methodology that combines literature review, field survey, and strategic tools (SWOT, PESTEL, SMART). The results reveal a strong development potential in major Algerian cities and a relevant response to the need for personalized, digitized support. The project fits within an inclusive digital transformation strategy, valuing both caregivers and beneficiaries. The thesis also provides recommendations for the implementation and future evolution of the project.

Keywords: *Proxicare, qualified caregivers, home care, elderly, social innovation, mobile application, digitalization, Algeria.*

باللغة العربية

تواجه الجزائر شيخوخة متزايدة في تركيبها السكانية، مما يؤدي إلى ارتفاع الطلب على خدمات المساعدة في المنزل. وفي هذا السياق، يهدف مشروع Proxicare إلى تطوير تطبيق محمول مبتكر يربط بين المساعدين المؤهلين والأشخاص المسنين أو في وضعية فقدان الاستقلالية. يتناول هذا البحث دراسة الجدوى الإستراتيجية والاقتصادية والتكنولوجية للمشروع، من خلال منهجية تجمع بين الدراسة الوثائقية، والمسح الميداني، واستخدام أدوات التحليل الإستراتيجي (SMART، PESTEL، SWOT) وتُظهر النتائج وجود إمكانيات كبيرة لتطوير المشروع في كبريات المدن الجزائرية، واستجابته الملائمة للحاجيات الاجتماعية من حيث الدعم الرقمي والشخصي. يندرج المشروع ضمن منطق التحول الرقمي الشامل، مع إضفاء قيمة مضافة لكل من المساعدين والمستفيدين. ويقترح هذا البحث أيضاً توصيات عملية لتجسيد المشروع وتطويره مستقبلاً.

الكلمات المفتاحية

Proxicare، مساعد الحياة، المساعدة المنزلية، الأشخاص المسنون، الابتكار الاجتماعي، التطبيق المحمول، الرقمنة، الجزائر.

Annexes

Annexe01 : Attestation d'incubateur ESMT


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

الرقم: 1000/أ.ع.ا.م.ع.م. 2025

شهادة توظيف المشروع

تشهد مديرية حاضرة الأعمال للمدرسة العليا لإدارة الأعمال - تلمسان أن المشروع:

PROXICARE

للملتقى التالية أسمائهم:

الاسم واللقب	الصفة	اللقب	الصفة	التخصص
جواد أية الرحمن	المستة الثالثة	الطور الثاني	تسويق	
/	/	/	/	/
/	/	/	/	/

تحت إشراف الأساتذة التالية أسمائهم:

الاسم واللقب	الرتبة	التخصص	الصفة
التاج مزيان	أستاذ التعليم العالي	إدارة الخدمات الصحية	مشرف رئيسي 1
/	/	/	/
خديم أمال	أستاذ التعليم العالي	تسويق	مشرف رئيسي 2
/	/	/	/

شتمل و شتمل على مستوى حاضرة الأعمال للمدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان للسنة الجامعية: 2025/2024، 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: 2025/02/26


 مديرية الحاضرة
 مديرة الحاضرة

B.P. : 1085 Bouhannak - Tlemcen Fax: 043 21 16 45 / 47 E-Mail: incubateursmt@gmail.com

Annexe02 : Label Projet Innovant

يقرر

المادة الأولى:

تمنح علامة "مشروع مبتكر" صالحة لمدة سنتين (02) قابلة للتجديد مرتين (02)، طبقاً للمادة التاسع عشر (19) من المرسوم التنفيذي رقم 254-20 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المعدل والمتمم، إلى المشروع: PROXICARE

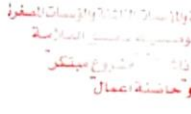
صاحب أصحاب المشروع: D.QUAD, AYATERRAHMANE

المادة الثانية:

ينشر هذا القرار في البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة.

حرر بالحران في: 24... 2025


 رئيس اللجنة الوطنية
 نور الدين، واضح


 مديرة الحاضرة
 مديرة الحاضرة

إلى رئيس اللجنة الوطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و خاصية أعمال".
 - بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 281-21 المؤرخ في 26 ذي القعدة عام 1442 الموافق 7 يوليو سنة 2021 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة، المعدل والمتمم.
 - بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 306-20 المؤرخ في 27 صفر عام 1442 الموافق 15 أكتوبر سنة 2020، بنصم بتدبير صلاحيات الوزير المنيب لدى الوزير الأول، المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.
 - بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 254-20 المؤرخ في 27 محرم عام 1422 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020 والمتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "خاصة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلها وسيرها، المعدل والمتمم.
 - بمقتضى القرار المؤرخ في 8 جمادى الثانية عام 1443 الموافق 11 داسي سنة 2022، بعدل وينصم القرار المؤرخ في 16 ربيع الأول عام 1442 الموافق 2 نوفمبر سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "خاصة أعمال".
 - بناء على محاولات اللجنة الوطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "خاصة أعمال" خلال الاجتماع المنعقد بتاريخ: 24... 2025