

Findear

• Findear — Find it.

RÉCAPITULATIF · 24 AVRIL 2026
MVP PHARMACIES · TOULOUSE [HTTPS://FINDEAR.FR](https://findear.fr)
Near you. Now.

Récap des fonctionnalités livrées, de l'architecture mise en place, et des pistes de déploiement pour convaincre les pharmaciens toulousains d'entrer en partenariat.

Sommaire

1. Vue d'ensemble et philosophie produit
2. Ce qui est livré — espace pharmacien
3. Ce qui est livré — page client (grand public)
4. Ce qui est livré — page commerciale (calculateur de CA manqué)
5. Ce qui est livré — admin et mode dev
6. Données simulées (seed Toulouse)
7. Architecture et stack technique
8. KPIs et chiffres clés
9. Idées complémentaires — features patient
10. Idées complémentaires — features pharmacien
11. Diffusion et network effect
12. Démarchage B2B
13. Modèle économique alternatif
14. Roadmap recommandée

1. Vue d'ensemble

Findear est un MVP à deux faces construit autour d'une idée centrale : **faire rencontrer la demande locale d'un produit de santé avec le stock d'une pharmacie à moins de 2 km**. Pilote Toulouse et son agglomération.

Côté patient

Je cherche un produit ou un symptôme, l'application me dit quelle pharmacie à proximité l'a en stock, avec itinéraire.

Côté pharmacien

Je reçois du trafic ciblé, je vois la demande qui passait à côté de moi, je compare ma position au cluster local.

Côté Findear

Je brasse de la donnée anonymisée, j'alimente mon algorithme, je crée un réseau à effet de réseau dans chaque ville.

Philosophie produit

- **RGPD par conception** — aucune donnée stock individuelle ne sort de la pharmacie. Comparatifs anonymisés avec seuil d'anonymat statistique (≥ 3 pharmacies comparables).
- **Zéro intégration pour démarrer** — le pharmacien voit la valeur avant même de connecter son LGO.
- **Paiement au résultat** — pas d'abonnement, juste une commission sur les redirections effectives.
- **Pas de tracker tiers** — pas de Google Analytics, pas de Facebook Pixel, pas de data sortie de France.

2. Espace pharmacien

Trois onglets : tableau de bord · stock & demande · carte des recherches.

2.1 — Tableau de bord



rayon 1,2 km

136

(152 sur 30 j)

190

(721 sur 30 j)

/ 100

Features cœur du dashboard

- 01 Demande locale 7 jours · 1,2 km** — top produits cherchés autour de la pharmacie avec proportion de recherches non abouties par produit.
- 02 Carte des recherches** — zones H3 colorées selon l'intensité, liseré coral sur les zones mal servies.
- 03 Comparatif anonymisé** — position percentile vs pharmacies comparables (couverture catalogue et taux de disponibilité). Pas publié en dessous de 3 pairs.
- 04 Radar concurrentiel** — produits en rupture chez moi que des pharmacies à 1,5 km ont en stock. Sans les nommer, juste les chiffres.
- 05 Signaux faibles** — produits dont les recherches accélèrent cette semaine par rapport aux 30 derniers jours (pollens, grippe, gastro).
- 06 Ventes manquées détaillées** — tableau produit par produit du CA estimé perdu, trié par impact.
- 07 Ventilation canaux de redirection** — répartition Maps / Waze / Apple Plans / appels sur 30 j.

2.2 — Stock et demande

Vue détaillée avec six indicateurs, top produits cherchés (30 j), répartition par catégorie, et un tableau filtrable / triable du catalogue complet.

- Filtres rapides : **Tout** **En rayon** **Stock faible** **Ruptures** **Péréemption proche** **Forte demande**
- Colonnes triables : nom, quantité, prix, péremption, recherches 30 j, demande non aboutie
- Recherche plein texte sur nom, marque, laboratoire, code CIP
- État calculé par ligne : Rupture / Stock faible / Péremption / Demande forte / En rayon / Hors catalogue

2.3 — Carte des recherches

Carte interactive plein écran avec :

- **Filtres** : période (24 h / 7 j / 30 j / 90 j), rayon (800 m à 5 km), catégorie produit, toggle "seulement la demande sans stock"
- **Sélection de zone** — clic sur une cellule → panneau latéral avec les produits les plus cherchés dans cette zone, dont ceux en rupture chez moi (section dédiée en fond coral)

- **Footer actionnable** — "X produits ont généré des recherches non abouties ici. Regarder si ces produits ont leur place dans votre rayon pourrait capter de la demande locale."

3. Page client — grand public

findear.fr/trouver — publique, sans compte, mobile-first.

Flow patient en 3 étapes

- 1 **Géolocalisation auto** — navigator.geolocation avec fallback sur Toulouse centre si refusée ou indisponible.
- 2 **Deux modes de recherche** en onglets :
 - **Par produit** — autocomplete temps réel (« dol » → Doliprane 1000, 500, pédiatrique, Dolirhume...)
 - **Par symptôme** — grille de 9 thèmes × ~4 besoins : mal de tête, fièvre, rhume, allergie pollen, crème solaire, fesses rouges, test Covid, pilule du lendemain, fatigue... chacun routé vers la bonne catégorie produit.
- 3 **Résultats triés par distance** — chaque produit affiche les pharmacies qui l'ont en stock, la plus proche badgée en teal. Par pharmacie : stock (« en stock » / « plus que 3 » / « rupture »), adresse, prix unitaire.

Actions de redirection

Chaque clic est loggé côté serveur (table `redirect_events`) pour alimenter le KPI "clients dirigés" côté pharmacien — hash IP + UA rotatif journalier, aucun tracker.

BOUTON	URL GÉNÉRÉE	CHANNEL LOGGÉ
Itinéraire	<code>google.com/maps/dir/?api=1&destination=...</code>	maps
Waze	<code>waze.com/ul?ll=...&navigate=yes</code>	waze
Apple Plans	<code>maps.apple.com/?daddr=...</code>	apple
Appel direct	<code>tel:0561...</code>	call

Chaque redirection nourrit directement le dashboard du pharmacien — c'est la boucle de valeur qui justifie le partenariat.

4. Page commerciale — calculateur de CA manqué

findear.fr/pour-pharmaciens — page marketing / hook de prospection.

Le pharmacien (ou nous, en cold outreach) clique n'importe où sur une carte de Toulouse. En temps réel, on calcule ce qu'il laisse passer à cette position — un chiffre concret, défendable, brutal.

Exemple — clic sur le Capitole

RECHERCHES 30 J

5 405

SANS STOCK
TROUVÉ

997

18 %

UTILISATEURS
UNIQUES

152

CA MANQUÉ
ESTIMÉ

1 819 €

/ mois

Formule conservative : (recherches non abouties) × (prix indicatif) × (35 % de conversion hypothétique) .

Contenu complémentaire de la page

- **Top produits manqués** dans la zone cliquée, triés par € potentiel (Glucomètre 236 €, Aeries 206 €, Tests Covid 182 €...)
- **Top catégories** — les 5 thématiques les plus demandées, avec barre coral pour la demande non satisfaite
- **3 cartes de pitch** : zéro intégration, RGPD, paiement au résultat
- **CTA mailto** pré-rempli pour demander une démo

5. Espace administrateur et mode dev

Administrateur

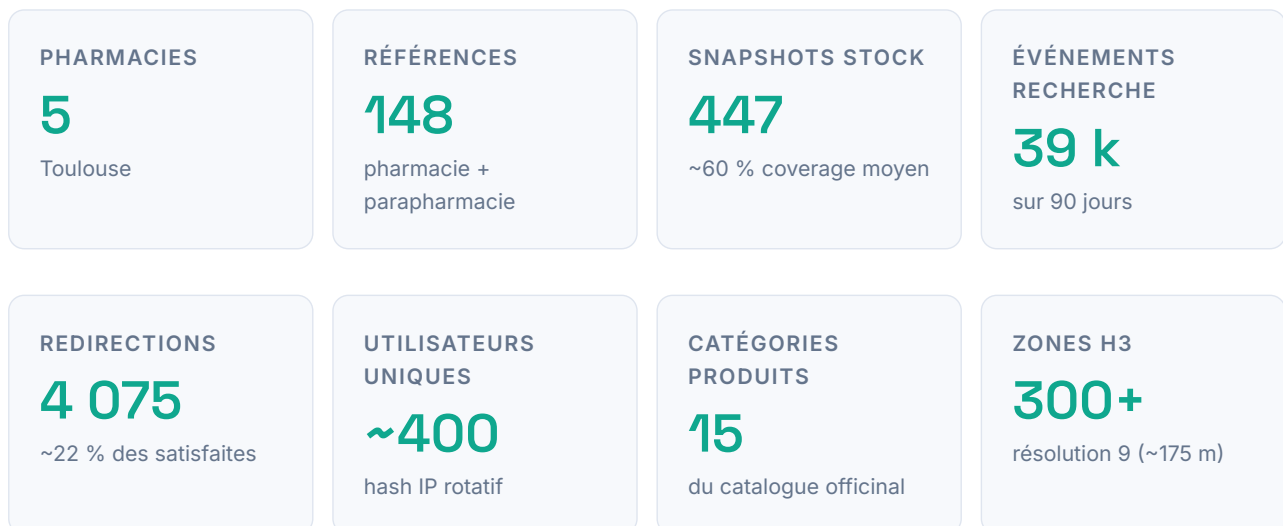
- Carte Toulouse avec tous les partenaires
- 4 indicateurs globaux : partenaires actifs, références couvertes, taux de satisfaction, taux de ruptures
- Tableau partenaires avec statut, catalogue, ruptures, taux
- Demande par quartier (Capitole, Saint-Cyprien, Compans, Rangueil, Minimes, Hors quartiers)
- Export CSV des leads (slug, nom, quartier, statut, téléphone, email)

Mode dev (isolé par `NODE_ENV !== 'production'`)

- Magic link affiché dans les logs API au démarrage
- Compte `dev@findear.dev` → `/dev/impersonate/[slug]` pose un cookie et permet d'entrer dans l'espace partenaire de n'importe quelle pharmacie sans re-login
- Switch-rôle dans la TopBar partenaire quand le rôle courant est `dev`

6. Données simulées — seed déterministe Toulouse

Tout est reproductible via `make seed` avec la clé `stockaround-v1` . Aucune vraie donnée pharmacie exposée.



Patterns temporels du seed

Les événements de recherche respectent des patterns crédibles :

- **Pics horaires** à 11 h et 18 h (gaussiennes pondérées)
- **Jour de semaine** — dimanche : 30 %, samedi : 80 %, lundi-vendredi : 100 %

- **Saisonnalité par catégorie** — pollens de mars à juin ($\times 2$), solaires en été ($\times 2,4$), rhume/grippe d'octobre à février ($\times 1,7$), gastro en hiver ($\times 1,6$), tests toute l'année
- **Densité géographique** — échantillonnage gaussien autour du centre de Toulouse, $\sigma \approx 2,2$ km, queue étalée

Pharmacies et leur positionnement

PHARMACIE	QUARTIER	PROFIL	COUVERTURE
Capitole	Centre historique	Large, zone touristique	88 %
Saint-Cyprien	Rive gauche	Quartier classique	72 %
Compans	Affaires	Clientèle variée	80 %
Rangueil	Sud-campus	Étudiant / universitaire	65 %
Minimes	Nord résidentiel	Familial	75 %

7. Architecture et stack technique

Stack

- **Monorepo** — pnpm workspaces + Turborepo
- **API** — Node 20, TypeScript strict, Fastify 5, Zod
- **DB** — PostgreSQL 16 + PostGIS (index GIST, BRIN, pg_trgm)
- **ORM** — Drizzle, snake_case, migrations SQL propres
- **Frontend** — Next.js 14 App Router, Tailwind, Space Grotesk + Inter
- **Cartographie** — MapLibre GL JS + tuiles CARTO Voyager (pas de Google Maps, pas de clé obligatoire)
- **Auth** — sessions cookie script maison (pas de Lucia, pas de NextAuth)
- **Cache / jobs** — Redis 7, BullMQ (workers à venir)
- **Reverse proxy** — Caddy 2 avec Let's Encrypt automatique
- **Logs** — Pino JSON, anonymisation des IP

Schéma DB

- `users` (admin · partner · dev)
- `sessions` (TTL 14 j)
- `pharmacies` (geography Point 4326, H3 r8/r9)
- `product_categories` (15 slugs)
- `products` (148 SKU)
- `stock_snapshots` append-only + BRIN
- `current_stock` MV avec index unique (REFRESH CONCURRENTLY)
- `search_events` (geography + H3 + user_hash)
- `redirect_events` (canal maps/waze/apple/call/view)
- `demand_heatmap_cells` , `benchmark_clusters` , `audit_log`

Déploiement

Serveur Ubuntu 24.04 dev, tout derrière `make` :

COMMANDE	EFFET
<code>make install</code>	Installe Docker, Node 20, pnpm, dépendances système
<code>make setup</code>	Génère .env avec secrets, installe deps pnpm
<code>make seed</code>	Crée la DB, applique migrations, injecte 90 j de données
<code>make dev</code>	DB+Redis en docker, API+web en hot-reload sur l'hôte
<code>make up</code>	Stack complète dockerisée (prod-like)
<code>make publish</code>	Caddy host-mode avec Let's Encrypt sur findear.fr
<code>make psql</code> · <code>make logs</code> · <code>make dev-login</code>	Shells et magic link

Sécurité en prod

- **HTTPS Let's Encrypt** auto-renouvelé sur `findear.fr` (cert actif jusqu'au 23 juillet 2026)
- **Headers de sécurité** — X-Frame-Options, X-Content-Type-Options, Referrer-Policy, Strict-Transport-Security
- **Rate-limit** global 300 req/min (Fastify)
- **IP hashées avec salt rotatif** journalier, jamais stockées en clair
- **Aucun cookie tiers**, aucun tracker
- **Anonymat statistique** $k \geq 3$ sur les comparatifs (pas de publication si trop peu de pairs)

8. KPIs et chiffres clés

Vue agrégée réseau (seed Toulouse)



Performance technique

- **Requête géo-produit** (recherche publique dans 3 km) — < 120 ms avec index GIST + pg_trgm
- **Calcul estimation** (page calculateur) — ~80 ms sur 5 405 recherches agrégées
- **Dashboard partenaire** (6 requêtes en parallèle) — ~200 ms en render server-side
- **Carte heatmap** — 300 cellules H3 rendues côté client, fitBounds différé

9. Idées complémentaires — features côté patient

#	FEATURE	IMPACT	EFFORT	EFFET
01	Scan d'ordonnance → disponibilité combinée OCR → liste de pharmacies qui ont tout en stock en un arrêt	★★★★★	3-4 j	Viral
02	Réservation sous 2 h Bouton « je passe dans 1 h » pose le produit de côté, notifie la pharmacie, SMS retour	★★★★★	2-3 j	Conv.
03	Notifications retour-en-stock Alerte push ou email quand un produit épuisé revient	★★★	1-2 j	Rétention
04	Gardes de nuit et dimanche Scraping pages officielles → réponse #1 Google sur "pharmacie de garde"	★★★★★	1 j	SEO
05	Historique personnel & favoris Re-trouver ses produits récurrents, liste "mes habituels"	★★	1 j	Fidélité

10. Idées complémentaires – features côté pharmacien

#	FEATURE	IMPACT	EFFORT	POURQUOI
06	Messages entrants asynchrones "Avez-vous ce produit ?" chat court — les 20-35 ans ne téléphonent plus	★★★★	2-3 j	CA facile
07	Sondages-flash ciblés Le pharmacien demande à ses utilisateurs : "cherchez-vous [X] ?" → anticipe la commande du soir	★★★	2 j	Anticipation
08	Vitrine digitale (profil riche) Photos, conseils, services (tests, vaccins, garde), produits mis en avant	★★★	1-2 j	SEO + image
09	Matching stock pair-à-pair Pharmacie A surstock ↔ Pharmacie B rupture : marketplace interne entre partenaires	★★★★	3-4 j	Effet réseau

11. Diffusion et network effect (patients)

#	LEVIER	IMPACT	EFFORT	TYPE
10	QR codes vitrines — 500 stickers imprimés pour les 5 pilotes + cabinets médicaux + crèches. QR pré-localise. CAC divisé par 10 vs pub payante.	★★★★	0,5 j + print	Physique
11	SEO auto — pages produit x quartier 148 produits x 15 quartiers = 2 220 pages ISR. Rafler "doliprane Toulouse quartier X" avant concurrence.	★★★★★	2-3 j	SEO
12	Widget embed pour blogs santé — iframe intégrable sur santémagazine.fr, blogs parapharmacie.	★★	1-2 j	B2B2C
13	Carte "pénurie Toulouse" — page publique choc avec les produits manquants réseau. Stunt PR — La Dépêche adore.	★★★	1 j	Presse
14	Partenariats cabinets + crèches — le médecin scanne l'ordo et délivre directement l'URL Findear au patient. Le médecin devient distributeur.	★★★★	terrain	Physique

12. Démarchage B2B — convertir les pharmaciens

#	ACTION	IMPACT	EFFORT	CANAL
15	Cold email + URL calculateur pré-remplie /pour-pharmaciens?lat=X&lng=Y&name=... pré-personnalisé. Taux d'ouverture 2x supérieur au cold générique.	★★★★★	1 j	Email
16	Parrainage pharmacien → pharmacien Un partenaire qui invite un confrère a 3 mois premium gratuits. Les pharmaciens discutent entre eux.	★★★	1 j	Viral
17	Landing "combien récupèrent mes voisins" Preuve sociale quantifiée, sans nommer : "la pharmacie du Capitole a redirigé 721 clients le mois dernier".	★★★	0,5 j	Preuve
18	Démo in-situ avec iPad Le fondateur passe 2 h/jour à Toulouse, iPad en main, montre	★★★★★	terrain	Physique

#	ACTION	IMPACT	EFFORT	CANAL
	le dashboard live sur leur position. Meilleur ROI absolu à ce stade.			

13. Modèle économique alternatif

Freemium asymétrique

Lecture marché local **gratuite à vie** (tableau de bord, heatmap, radar). Payant à partir de la synchronisation LGO temps réel. Le FOMO de voir la demande sans pouvoir la servir fait le reste.

Paieement au résultat (CPA)

Pas d'abonnement. **0,30 € par clic "itinéraire"** effectivement logué vers la pharmacie. Le pharmacien ne paie que ce qui marche. Déjà instrumentable avec nos KPIs actuels.

Data anonymisée pour laboratoires

Vendre aux labos "quelles catégories explosent dans quel quartier cette semaine" — revenue 5-10× supérieur au pharmacien en abonnement. Strict k-anonymity ≥ 5 déjà en place.

Co-financement grossiste

CERP, Alliance Healthcare, OCP ont intérêt à ce que leurs pharmacies vendent plus. Ils sponsorisent l'abonnement Findear, on leur donne les recommandations d'achat agrégées. Vous vendez au grossiste, pas au pharmacien.

À NE PAS faire au début

Publicité native sponsorisée par les labos (Sanofi paie pour que Doliprane passe avant Dafalgan). Érode la confiance — les pharmaciens et les patients abandonneront. À garder en tête pour la monétisation mature, pas pour l'acquisition.

14. Roadmap recommandée

Semaine prochaine — acquisition commerciale

- ① **#18 Démo in-situ iPad** — 2 h/jour à Toulouse, 15 pharmacies/semaine, 2-3 partenaires conclus. **Zéro dev.**
- ② **#15 Cold email + URL pré-remplie** — petit tweak sur le calculateur pour accepter `? pharmacy=slug`. **1 jour dev.**

Mois prochain — SEO durable

- ③ **#11 Pages auto produit × quartier** — 2 220 pages ISR, indexation 30-60 j, trafic gratuit récurrent. **2-3 jours dev.**
- ④ **#04 Gardes nuit et dimanche** — scraping pages officielles → SEO massif "pharmacie de garde Toulouse". **1 jour dev.**

Trimestre — saut produit viral

- ⑤ **#01 Scan d'ordonnance** — OCR → multi-produit → pharmacie unique qui a tout. Feature qui donne une âme consumer. **3-4 jours dev + ~0,01 €/scan OCR.**
- ⑥ **#06 Messagerie entrante asynchrone** — chat court patient → pharmacie. CA direct pour les partenaires, différenciation forte. **2-3 jours dev.**

Semestre — plateforme

- ⑦ **Workers BullMQ** pour le refresh automatique de la MV `current_stock` et le recalcul des agrégats — prépare l'ingestion future des flux LGO.
- ⑧ **#09 Matching stock pair-à-pair** — transforme Findear en écosystème. Les partenaires ne peuvent plus partir. Plateforme vs outil.
- ⑨ **Partenariat URPS Pharmaciens Occitanie + grossistes** — déverrouille 100 pharmacies en une signature syndicale.

Ce qu'il faut retenir

Le produit technique est prêt. Ce qui manque n'est pas du dev — c'est du **terrain** (démo in-situ, partenariats médecins/crèches, syndicats) et du **SEO massif** (pages produit × quartier, gardes) pour qu'une pharmacie non-partenaire se demande pourquoi **elle** n'est pas sur Findear.

Document généré le 24 avril 2026 · Findear MVP · Toulouse
<https://findear.fr> · <https://findear.fr/pour-pharmaciens>