

JEUX À DEUX

CLASSEMENT

UNiVO

À SENIRK

JEUX SEUL

JEUX À DEUX

JEUX SEUL

CLASSEMENT

MARTINE

1	★ Martine	1230
2	Gilse	1120
3	Giles	1120
7	Paul	

UNiVO

DES RENCONTRES À  
TOUS LES NIVEAUX

# L'ÉQUIPE UNiVO



NOTRE

# MISSION

La mission d'Univo est d'offrir aux seniors de 60 ans et plus une plateforme de jeux en ligne simple, agréable et sécurisée.

L'objectif est à la fois de stimuler les capacités cognitives, de préserver le plaisir du jeu au quotidien, et surtout de favoriser le lien social, grâce à des modes de jeu accessibles comme le jeu à plusieurs

NOTRE

# VISION

À plus long terme, notre vision est de faire d'Univo la référence francophone du divertissement numérique senior-friendly, reconnue pour son impact positif contre l'isolement et pour une expérience réellement accessible, quel que soit le niveau numérique des utilisateurs.

# NOS VALEURS

**CONFIANCE**      **ACCESSIBILITÉ**  
**SIMPLICITÉ**  
**SÉCURITÉ**      **PLAISIR**

Ces valeurs nous ont guidés tout au long du projet afin de proposer une plateforme à la fois accessible, rassurante et agréable, en adéquation avec les besoins des seniors

# NOS OBJECTIFS

Développer et enrichir fortement le catalogue de jeux (cognitifs, détente, aventure légère, jeux de mots, logique, mémoire) faire grandir la base d'utilisateurs et d'abonnés sur 3 ans, maintenir une satisfaction et une rétention élevées grâce à une expérience ultra simple, et construire des partenariats pour installer la confiance et la notoriété, tout en visant une rentabilité durable par la maîtrise des coûts et l'amélioration continue de l'abonnement.

# LES ANALYSTES



**LOUIS  
DUPERRAY**



**TRISTAN  
CERIL**



**THOMAS  
DOS REIS**

# QUELQUES CHIFFRES

78%

Part des séniors  
utilisant régulièrement  
internet (60+)

*INSEE - Baromètre du  
numérique (2025)*

2  
millions

Nombre de séniors en  
isolement social en 2025

*Solidarité santé.gouv (2024)*

1/3

Quantité de français ayant  
plus de 60 ans en 2030

*INSEE, Projections  
démographiques à l'horizon 2030*

Le vieillissement de la population, l'isolement social et l'adoption du numérique font du marché senior une opportunité stratégique majeure.

# PESTEL

## P

- Politiques publiques en faveur du bien vieillir
- Soutien aux projets luttant contre l'isolement des seniors
- **Dépendance potentielle aux politiques publiques et subventions**

## E

- Croissance de la Silver Economy
- Seniors attentifs au rapport qualité/prix
- **Sensibilité au prix chez les seniors**

## S

- Isolement social des seniors
- Recherche de convivialité et de lien social
- Intérêt croissant pour le numérique

## T

- Usage en hausse des tablettes et smartphones
- Technologies web accessibles et sécurisées
- **Fracture numérique encore présente chez les seniors les plus âgés.**

## E

- Solution numérique à faible impact environnemental

## L

- Respect du RGPD
- Sécurisation des données (HTTPS)
- **Responsabilité accrue liée à un public considéré comme vulnérable.**

# 5 FORCES DE PORTER

## Menace des nouveaux entrants

- Barrières techniques faibles
- Construction de la confiance senior plus complexe

## Rivalité entre concurrents

- Marché des jeux en ligne très concurrentiel
- Offres peu différenciées pour les seniors

## Pouvoir de négociation des clients

- Forte attente de simplicité et de gratuité
- Fidélité initiale des seniors limitée dans le domaine

## Produit de substitution

- Autres loisirs non digitaux (jeux de société, activités associatives)
- Ateliers et animations proposés par les structures seniors (EHPAD, CCAS, associations)



UNIVO

## Pouvoir de négociation des fournisseurs

- Solutions techniques facilement remplaçables
- Faible dépendance à un acteur unique

L'industrie présente une forte intensité concurrentielle et une fidélisation client encore fragile, ce qui encourage les acteurs à se différencier par la simplicité d'usage et la valeur ajoutée sociale.

# TYPAGE D'INDUSTRIE

Structure de l'industrie	Caractéristiques	Menaces liées aux 5 forces de Porter
Concurrence quasi parfaite	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombreux acteurs sur le marché des jeux et loisirs numériques</li><li>• Offres globalement similaires (jeux en ligne, applications ludiques)</li><li>• Faibles barrières à l'entrée sur le plan technique</li><li>• Différenciation principalement basée sur le positionnement (senior-first), l'UX et la confiance</li></ul>	Menaces élevées

- Structure très concurrentielle (quasi-concurrence parfaite)
- Peu de différenciation entre les acteurs → guerre sur l'UX et le positionnement
- Faibles barrières à l'entrée → nouveaux entrants réguliers
- Difficulté à fidéliser les utilisateurs dans ce type d'industrie
- Pression concurrentielle et menaces élevées selon les 5 forces de Porter

# LE CYCLE DE VIE INDUSTRIEL



## PHASE DE CROISSANCE ACTUELLE

- Nombre de seniors connectés et intéressés en hausse constante
- Acquisition de nouveaux utilisateurs seniors en expansion
- Concurrence modérée mais en hausse

⚠ Impératif d'innover et se différencier

## TRANSITION VERS PHASE DE CONSOLIDATION

- Cycle d'élimination des acteurs moins solide
- Importants atouts à bâtir pour se différencier
- Fidélisation > Confiance > Partenariat

## TENDANCE VERS LA MATURITÉ

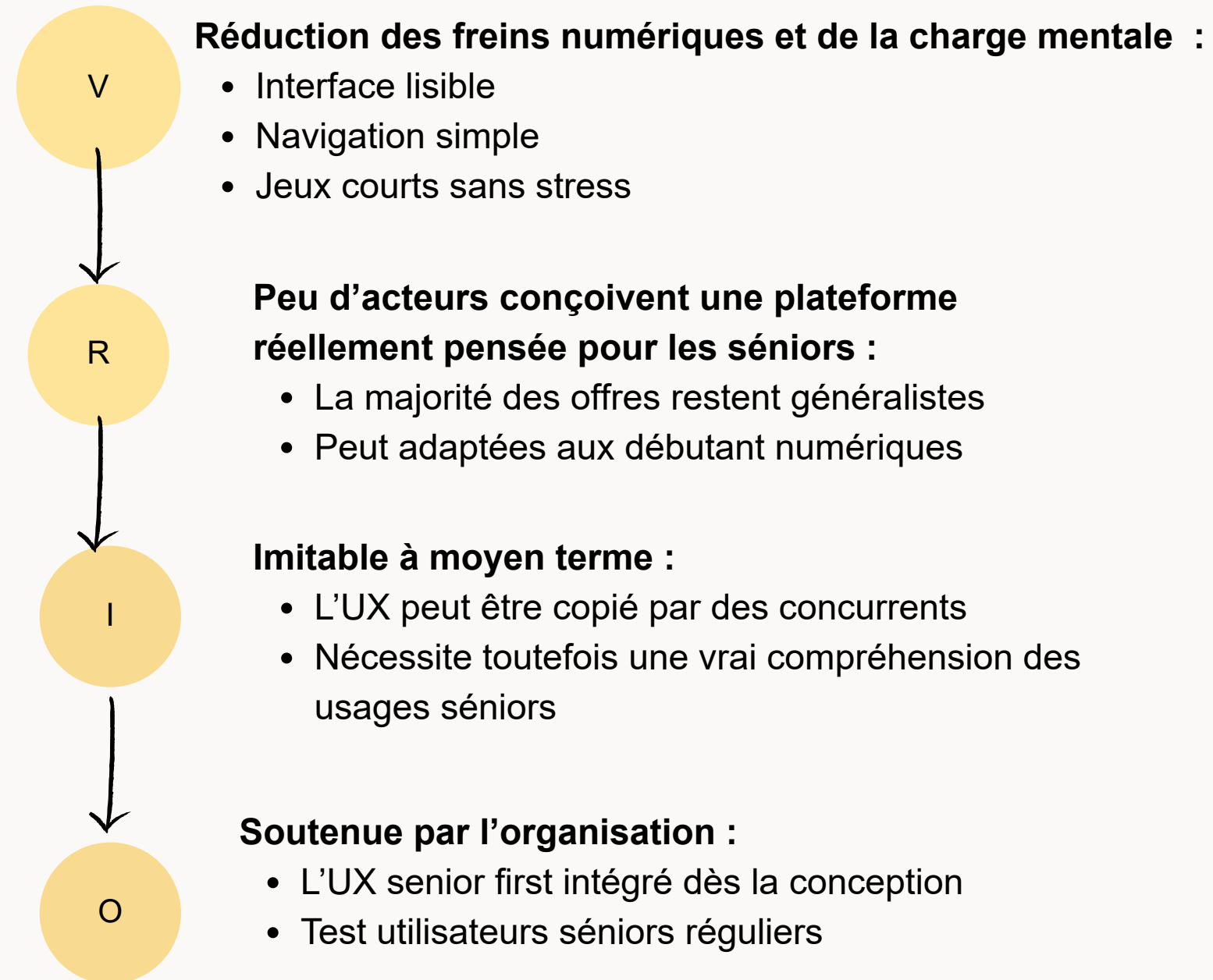
- Croissance plus faible, forte concurrence
- Concentration des parts de marchés
- Innovation clé pour renouveler l'intérêt

# GROUPES STRATÉGIQUES



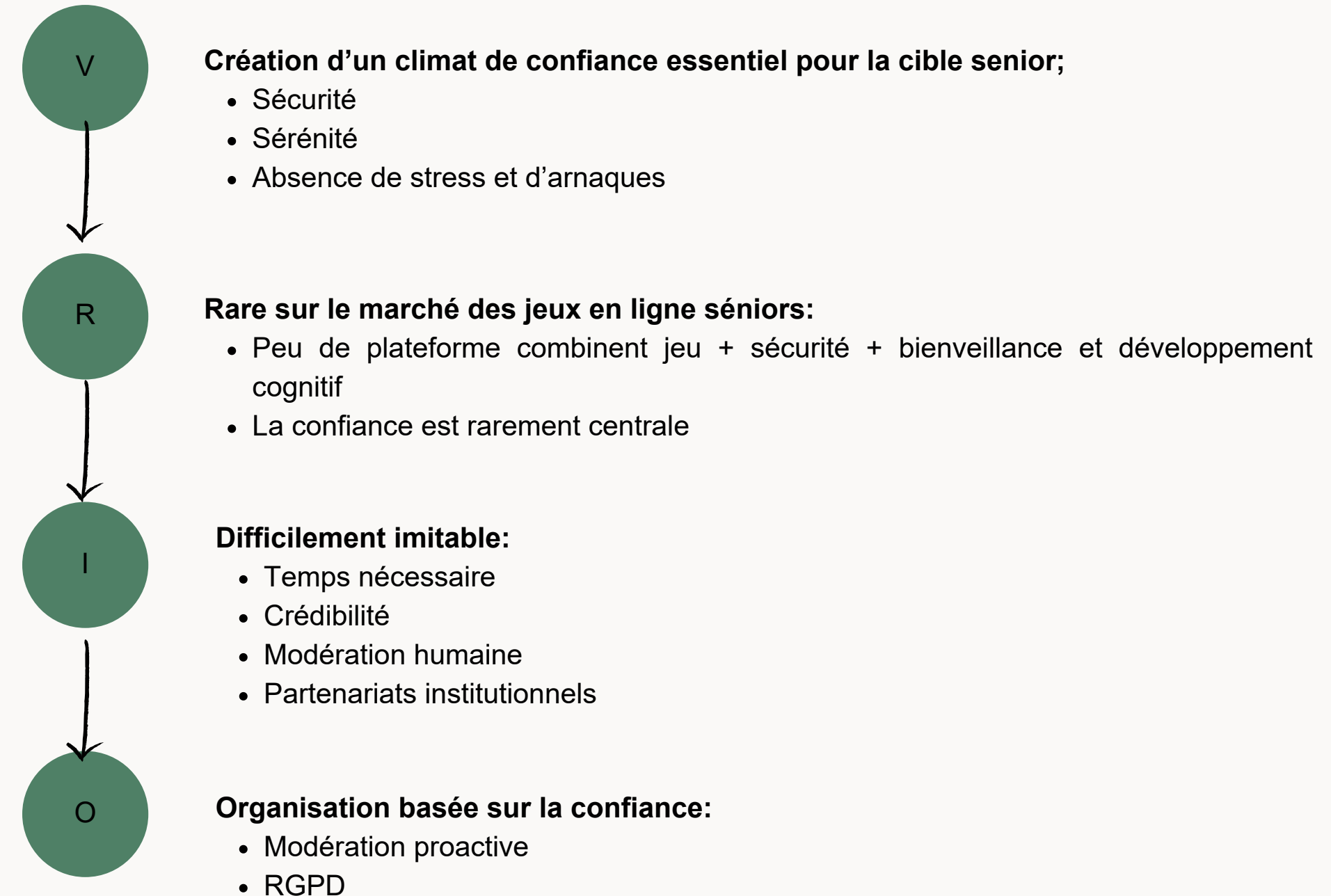
# VRIO: ANALYSE RESSOURCES ET CAPACITÉS CLÉS

## Expérience utilisateur senior first



AVANTAGE CONCURRENTIEL TEMPORAIRE

## Ecosystème de confiance sécurisé et bienveillant



AVANTAGE CONCURRENTIEL DURABLE

# CHAÎNE DE VALEUR

## Ressources humaines

Equipe projet

sensibilisation besoin/usage  
séniors

outils de diffusion  
(audio/vidéo)

## Développement technologique

Site internet

Gestion compte freemium/  
premium

Sécurité de données  
RGPD

## Expertise et technologie

Modération du site

Suivi quotidien + analyse

## Selection des contenus

Thématiques  
orientées sur le jeu  
et le confort. Jeux  
les plus pertinents  
pour le public

## Création et animation

Mailing, ajout de  
nouveaux jeux.  
Interraction avec la  
communauté

## Diffusion des contenus

Accès gratuit et  
premium.  
Mise en ligne de  
nouveaux jeux et  
contenus

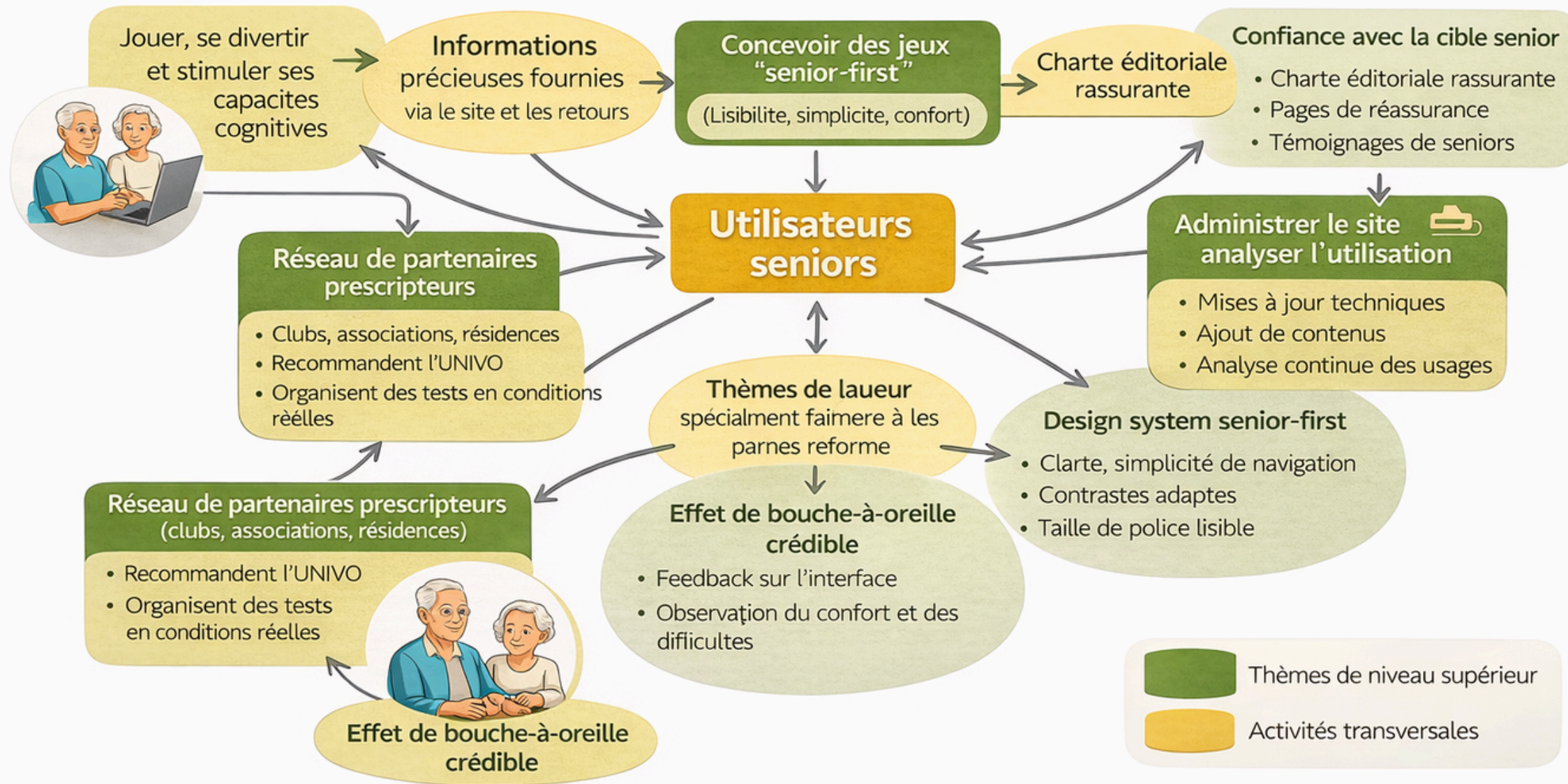
## Visibilité et monétisation

Partenariats et  
événements  
  
Abonnements  
premium

## Accompagnement et fidélisation

Espace privées et  
sécurisées  
  
Accompagnement  
quotidien

# SYSTÈME D'ACTIVITÉS



- Système d'activités cohérent et interdépendant.
- Senior au centre + retours utilisateurs.
- Logique "senior-first" + tests réguliers.
- Partenaires prescripteurs = légitimité + acquisition.
- Confiance comme levier clé pour la cible senior.
- Boucle d'amélioration continue.
- Ensemble difficile à imiter → avantage durable.

UNIVO crée de la valeur en orchestrant un système d'activités cohérent, centré sur le senior, soutenu par des partenaires, des tests continus et un design "senior-first", rendant l'ensemble difficilement imitable.

# SWOT

<b>Force</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Positionnement senior-first clairement différenciant</li><li>• Interface simple, accessible et rassurante</li><li>• Forte dimension conviviale et sociale</li><li>• Image de confiance (sécurité, bienveillance)</li></ul>	<b>S</b> <b>W</b>	<b>Faiblesse</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Notoriété encore faible au lancement</li><li>• Dépendance à l'adoption numérique des seniors</li><li>• Catalogue de jeux limité au départ</li><li>• Besoin d'accompagnement pour certains utilisateurs</li></ul>
<b>Opportunités</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vieillesse de la population</li><li>• Développement de la Silver Economy</li><li>• Politiques publiques contre l'isolement des seniors</li><li>• Partenariats avec EHPAD, CCAS et associations</li></ul>		<b>O</b> <b>T</b>

**MARKETING  
STRATEGIQUE**

# MATRICE MARKETING

		Analyse de la valeur client			Analyse de compatibilité			
	Facteurs clés de valeur		Segments clients		Univo		Offres concurrentes	
	Attribut	Segment A Seniors 60–74 (autonomes)	Segment B Seniors 75+ (débutants / fragile numérique)	Segment C Aidants et familles	Univo (site web freemium) Gratuit + abonnement mensuel	Jeux mobiles généralistes (freemium + IAP)	Sites de jeux gratuits (avec pubs)	Site “brain training” (cognitif / abonnement)
Facteurs clés de valeur	Simplicité d’usage (onboarding, navigation)	Moyen	Élevé	Élevé	Élevé	Moyen	Faible	Moyen
	Lisibilité et accessibilité (grandes polices, contraste, sans pubs)	Moyen	Élevé	Élevé	Élevé	Moyen	Faible	Moyen
	Variété et renouvellement (cognitif, détente)	Élevé	Moyen	Moyen	Élevé	Élevé	Élevé	Faible
	Stimulation cognitive et bien-être (mémoire, logique, attention)	Moyen	Élevé	Élevé	Élevé	Faible	Moyen	Élevé
	Jeux détente / amusement (plaisir, anti-stress)	Élevé	Moyen	Moyen	Élevé	Élevé	Moyen	Faible
	Sécurité et confiance (RGPD transparence)	Élevé	Élevé	Élevé	Élevé	Moyen	Faible	Moyen
	Support et accompagnement (aide humaine, FAQ simple)	Moyen	Élevé	Moyen	Élevé	Faible	Faible	Moyen
	Freemium et prix clair	Élevé	Élevé	Moyen	Élevé	Moyen	Moyen	Moyen
Analyse stratégique	Attractivité du segment	Élevé	Élevé	Moyen-Élevé				
	Compatibilité du segment (capacité à créer une valeur supérieure)	Moyen-Élevé	Élevé	Moyen				
	Viabilité stratégique	Élevé	Élevé	Moyen-Élevé				
Analyse tactique	Profil du segment (comportements et contexte)	Segment A (60–74 ans) : sessions 15–30 min, plutôt smartphone + PC (tablette possible), usage plus autonome et exploratoire (test de plusieurs jeux, progression, défis) ; motivations = détente, améliorer mémoire/concentration et “se faire plaisir” ; freins = manque de temps, fatigue visuelle. Segment B (75+ débutants / fragile numérique) : sessions 10–20 min, plutôt tablette/PC, besoin de routine et d’un démarrage guidé ; motivations = se divertir + “garder l’esprit vif” ; freins = pubs, complexité, peur des arnaques. Segment C (aidants) : prescripteurs, sensibles à la preuve de bénéfices (cognitif/bien-être), à la sécurité des paiements et à la simplicité d’accompagnement (installer, expliquer, gérer l’abonnement).						
	Viabilité tactique (canaux et portée)	Acquisition : SEO (jeux en ligne seniors), Facebook (groupes locaux/aidants), partenariats (associations, CCAS, EHPAD, mutuelles, pharmacies), presse locale/Newsletters santé. Conversion freemium : emails simples + messages in-app non intrusifs, mise en avant du catalogue premium (aventure + détente + nouveautés), et expérience sans pubs.						
Stratégie client	Segment cible	le segment A correspond aux 60–75 ans la cible principale. Le segment B (75 ans et plus, débutants et/ou fragiles numériquement) est la cible secondaire. Et le segment C (les aidants : enfants, proches, professionnels) joue un rôle de prescripteurs qui recommandent et rassurent.						
	Proposition de valeur et positionnement	Univo : des jeux en ligne simples, variés et stimulants (cognitif, aventure, détente), pensés pour les seniors. Accès gratuit pour commencer, puis abonnement mensuel clair pour débloquer un catalogue premium plus large le tout avec une interface très lisible, zéro piège, et un accompagnement bienveillant. Positionnement : simplicité + confiance + plaisir (anti-pubs / anti-stress) avec un premium utile, pas agressif.						

# POSITIONNEMENT

## Positionnement bénéfice client

Bénéfice client : jouer facilement,  
stimuler la mémoire et créer du  
lien social

## Différentiation

Plateforme senior-first : conçue  
spécifiquement pour les seniors,  
simple, lisible et rassurante.

## Modèle Hybride Unique

Freemium B2C +  
offres B2B structures  
seniors

## Stratégie de focus

Ciblage prioritaire des  
seniors de 60 à 80 ans,  
avec une offre adaptée à  
leurs usages et besoins  
spécifiques.

## Promesse centrale

Permettre aux seniors de  
jouer facilement, dans un  
environnement simple,  
rassurant et sécurisé

# PROPOSITION DE VALEUR

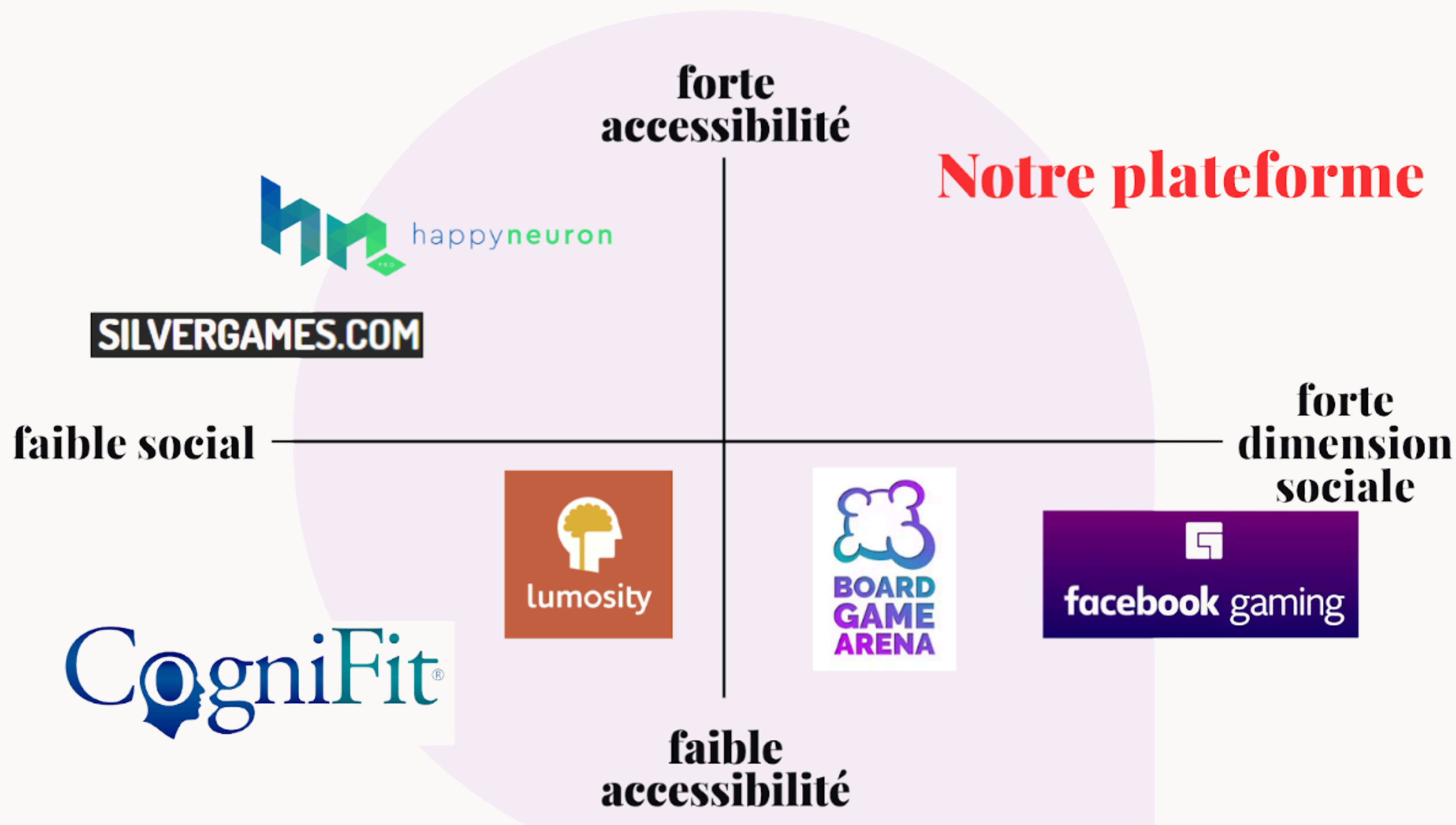
**Simplicité d'utilisation adaptée aux seniors**

**Jeux conviviaux favorisant le lien social**

**Stimulation de la mémoire par le jeu**

**Environnement sécurisé et rassurant**

# CARTE PERCEPTUELLE



# POINTS DE DIFFÉRENCIATION

**Plateforme  
exclusivement  
pensée pour les  
seniors**

Chaque choix est guidé par leurs usages, leurs freins et leurs besoins réels, leurs goûts

**Simplicité  
sans  
compromis**

Chaque choix est guidé par leurs usages, leurs freins et leurs besoins réels

**Climat de  
confiance  
absolue**

Chaque choix est guidé par leurs usages, leurs freins et leurs besoins réels

**Jeu à forte  
valeur  
ajoutée**

Chaque choix est guidé par leurs usages, leurs freins et leurs besoins réels

# POINTS DE PARITÉ

**Offre de jeux  
en ligne  
variée**

Jeux de mémoire, de logique et de réflexion, répondant aux usages classiques du marché.

**Compatibilité  
multi-  
supports**

Plateforme accessible sur ordinateur, tablette et smartphone.

**Modèle  
freemium**

Accès gratuit complété par des fonctionnalités premium.

**Renouvellement  
régulier des  
contenus**

Ajout et mise à jour des jeux pour maintenir l'intérêt des utilisateurs.

# MARKETING MIX 4P

## PRODUIT

- Site web responsive tablette et téléphone
- Interface ultra simple
- Jeux courts, familiers, et traditionnels
- Espace de discussion
- Assistance intégrée, modération visible, sécurité RGPD

## PRIX

- Version gratuite : accès limité à certains jeux + création de salons
- Version Premium 7,99€ : large choix de jeux, assistance support prioritaire
- Offre B2B (EHPAD, CCAS, associations) : abonnement mensuel
- Ateliers clés en main + indicateurs d'impact social

## PROMOTION

- Messages clés : "jouer ensemble", "rompre l'isolement", "des rituels qui font du bien"
- Campagnes locales (affiches mairie, CCAS, associations)
- Contenus pédagogiques : tutoriels vidéo simples, guide "premiers pas"
- Relations presse locales : médias seniors, radio, journaux de ville
- Animation d'une communauté : défis coopératifs, tournois intergénérationnels
- Partenariats avec acteurs publics + événements "Découverte du numérique"

## DISTRIBUTION

- Offre 100% digitale
- Partenariats locaux : institutions et associations
- Referencement SEO sur les mots-clés : "isolement", "jeu senior", "bien vieillir", "silver tech"
- Ambassadeurs seniors (bouche-à-oreille + ateliers d'initiation)

**BUSINESS MODEL**

**CANVA**

## Activités clés



Développer et maintenir la plateforme (performance, sécurité, accessibilité)

Concevoir et enrichir la bibliothèque de mini-jeux;

Créer des parcours simples (onboarding, tutoriels, progression douce)

Animer la communauté (défis, événements)

Modérer et protéger (anti-spam, signalement, règles)

Acquérir et fidéliser (SEO, Facebook, partenariats, contenu rassurant)

## Partenaires clés



-Prestataires techniques (hébergement, paiement, emailing/CRM)  
-Associations et clubs seniors, mairies, maisons des seniors, résidences autonomie/EHPAD et acteurs du bien vieillir  
-Animateurs/collectifs pour événements

## Ressources clés

Équipe (UX, développement, contenu-jeux, marketing/partenariats, support/modération)  
Bibliothèque de jeux, infrastructure technique (hébergement, base de données, analytics, outils support)

## Proposition de valeur



Pour les seniors : des jeux en ligne très simples, courts et agréables, qui stimulent sans stress (lisibilité, gros boutons, progression positive);

Pour les proches/aidants : un moyen concret de partager un moment à distance via défis et invitations faciles, dans un cadre sécurisé.

Pour les structures : une activité numérique clé-en-main, déployable rapidement, avec options d'animation et suivi d'usage.

## Relation client



Relation basée sur la confiance et l'accompagnement

Communication régulière et rassurante  
Interactions sociales encadrées et modérées

## Canaux de distribution

Site Univo  
Facebook en priorité (groupes locaux, pages d'associations, événements) campagnes Meta Ads.SEO sur requêtes "jeux mémoire senior", "jeux en ligne senior", partenariats terrain (centres sociaux, résidences); bouche-à-oreille intergénérationnel.

## Segments clients



Seniors autonomes (60-75) cherchant détente et stimulation simple.

Seniors isolés ayant besoin d'un cadre social positif

Aidants/enfants voulant partager une activité facile avec parents/grands-parents

Structures (résidences, associations, mairies, centres sociaux) cherchant des activités régulières et accessibles.

## Structure des coûts



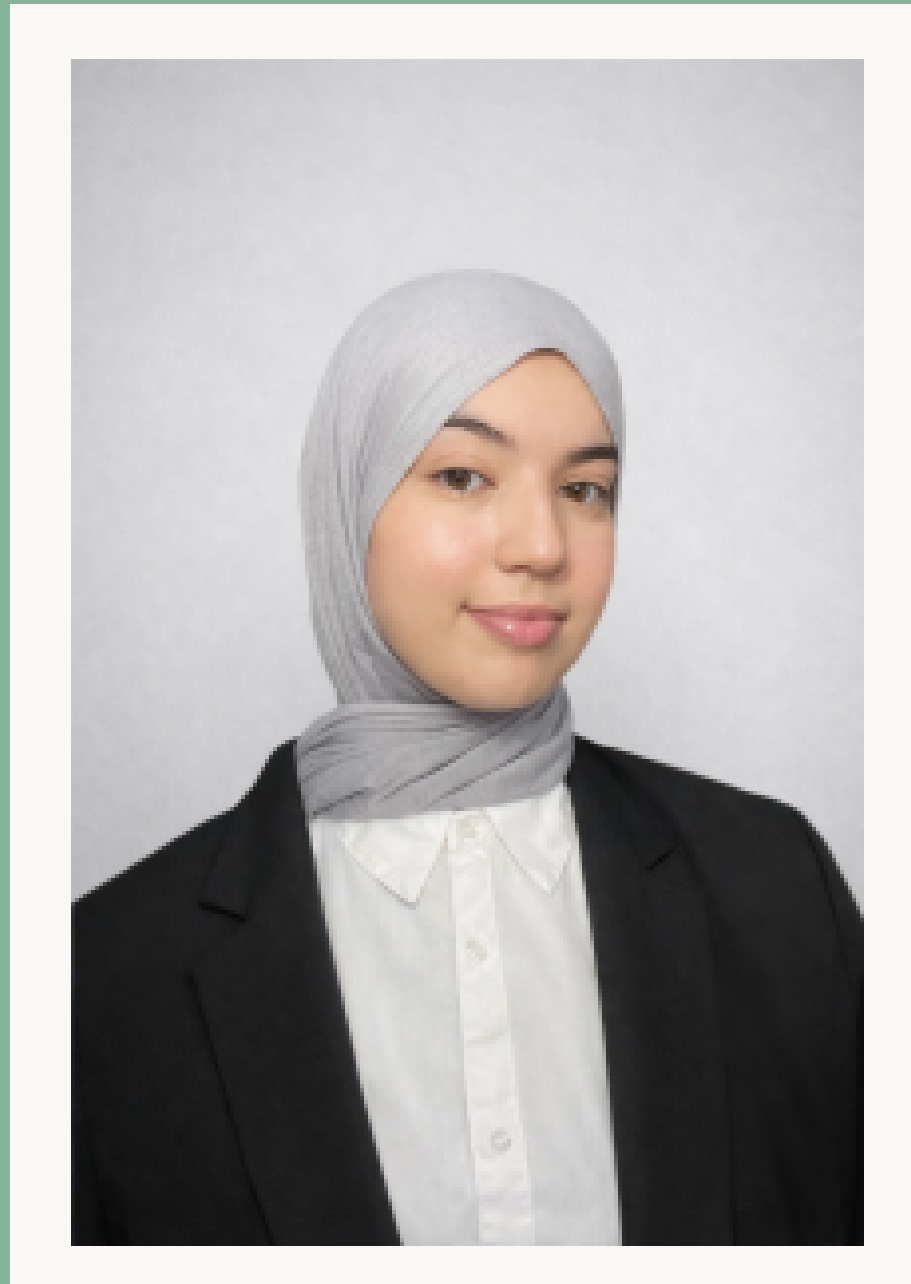
Développement et maintenance (évolutions, corrections, qualité), hébergement et outils (paiement, emailing, support, analytics), marketing et contenus (visuels, vidéos simples, tests d'acquisition). Modération/support juridique et conformité (RGPD, CGU/CGV, sécurité), partenariats et événements (animations, supports de communication).

## Sources de revenu

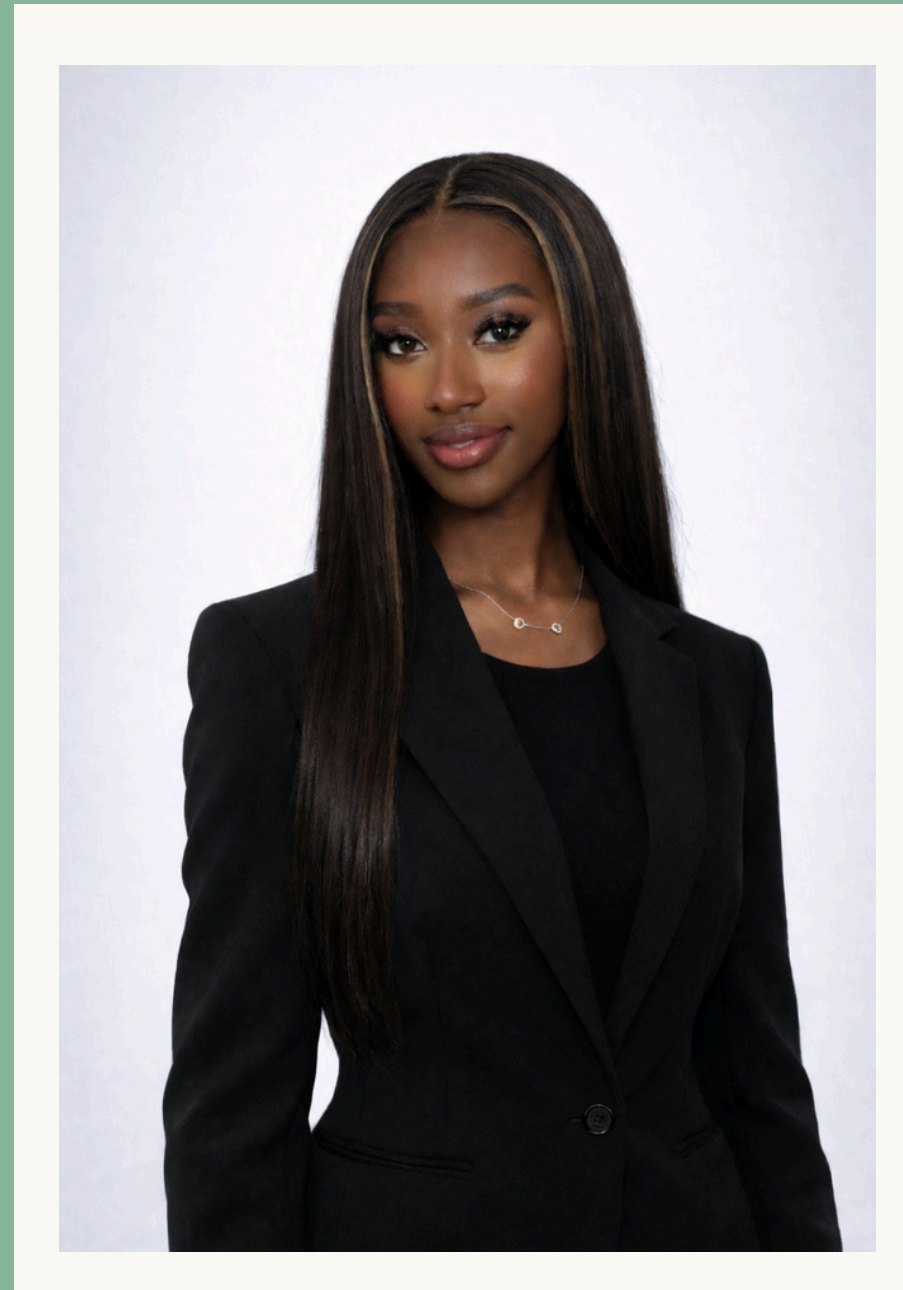


Freemium avec abonnement Premium B2C (sans pub, accès complet, fonctionnalités sociales/événements, statistiques de progression)  
Offres B2B pour structures (accès groupé + support + options d'animation), sponsoring/publicité légère et non intrusive ou ateliers animés facturés aux structures/collectivités.

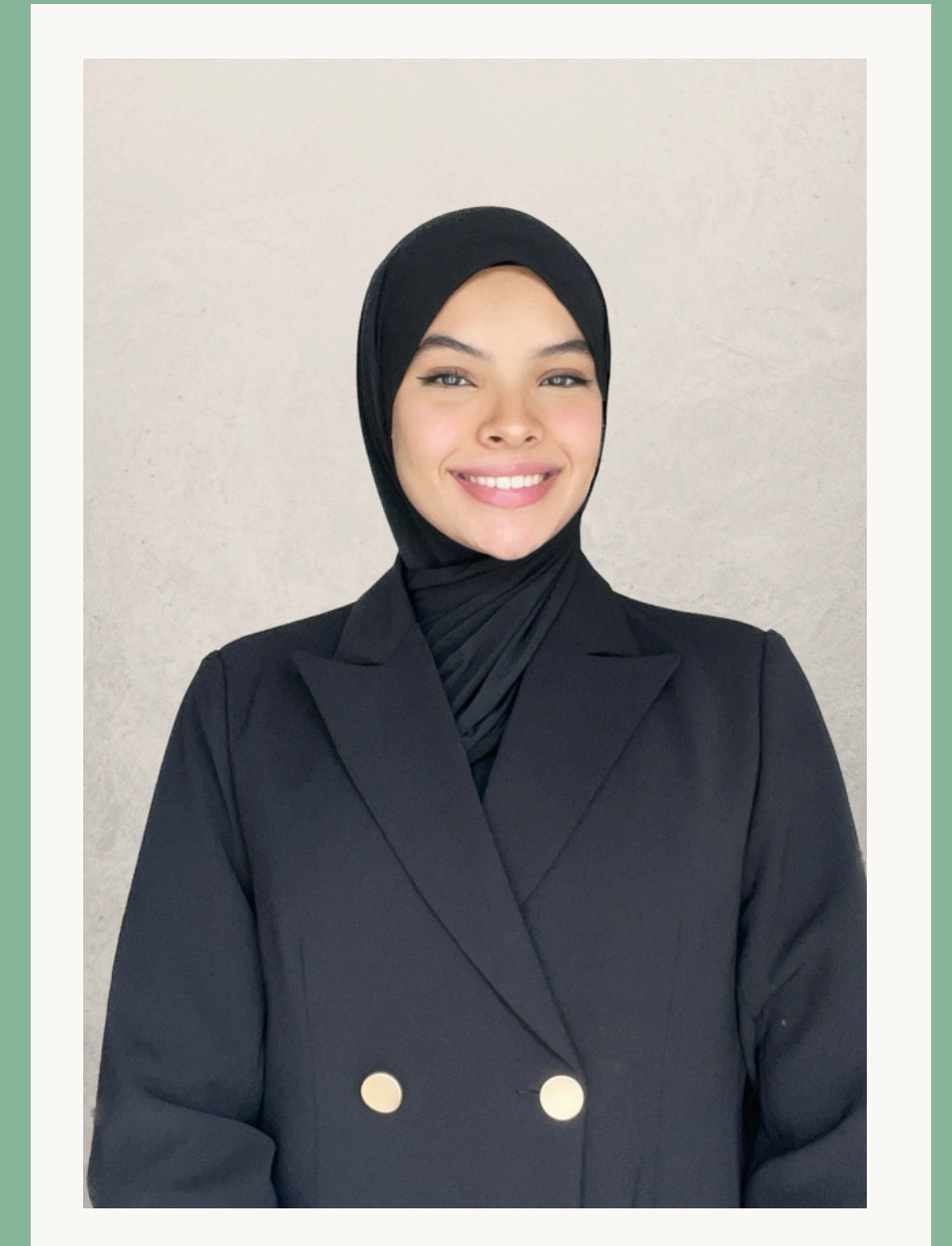
# LES DESIGNERS



**SOUKAINA  
NAIT BELLE**



**TIPHANY MARTINE  
PIQUENOT**



**SOUMIA  
OURIAGHI**

# BENCHMARK

Acteur / Solution	Cible principale	Dimension jeu	Fonctionnalités sociales	Lutte isolement	Concurrence
<b>Gena-App</b>	Seniors + proches	Jeux simples	Messagerie, interactions familiales	★★★★★	Direct
<b>Silver Snipers</b>	Seniors gamers	Jeux compétitifs	Communauté, échanges, esprit d'équipe	★★★★★	Direct
<b>HappyVisio</b>	Seniors	Quiz / animations	Visio collective, échanges en direct	★★★★	Proche
<b>Famileo</b>	Seniors + familles	—	Messages, lien intergénérationnel	★★★★	Indirect
<b>Mon Senior</b>	Seniors	Jeux cognitifs	Communauté limitée	★★★	Indirect
<b>OuiLive</b>	Seniors	Jeux/animations	Interaction de groupe	★★★★	Proche
<b>Animal Crossing</b>	Grand public	Jeux sociaux	Chat indirect, entraide, communauté	★★★	Inspirant
<b>Minecraft</b>	Grand public	Jeux collaboratifs	Chat, coopération	★★★	Inspirant
<b>Facebook Groupes</b>	Seniors	—	Discussions, communautés	★★★	Alternative

## 🎮 Opportunité stratégique

Aucun acteur ne combine parfaitement jeux en ligne pensés pour seniors, chat social intégré et objectif explicite de lutte contre l'isolement.

## 🐾 Positionnement unique

Notre projet occupe une niche claire : plateforme ludique ET sociale dédiée aux seniors, favorisant le lien social actif via le jeu.



# USER INTERVIEWS

## GUIDE D'ENTRETIEN UTILISATEUR

Cadrer l'échange, poser les bonnes questions dans le bon ordre afin de comprendre leurs habitudes de jeux, leurs besoins et leurs freins sur un site web comme UNIVO.

## INTERVIEW DU PANEL D'UTILISATEURS

Entretiens avec un panel de seniors correspondant à notre cible (15 répondants), pour recueillir des retours authentiques sur l'intérêt du concept, les fonctionnalités attendues et l'expérience souhaitée.

## COLLECTE ET ANALYSE DES RÉSULTATS

Synthétisé les réponses, regroupé les retours par thèmes et identifié les tendances clés pour orienter les priorités d'UNIVO : simplicité, accessibilité, variété de jeux et création de lien.

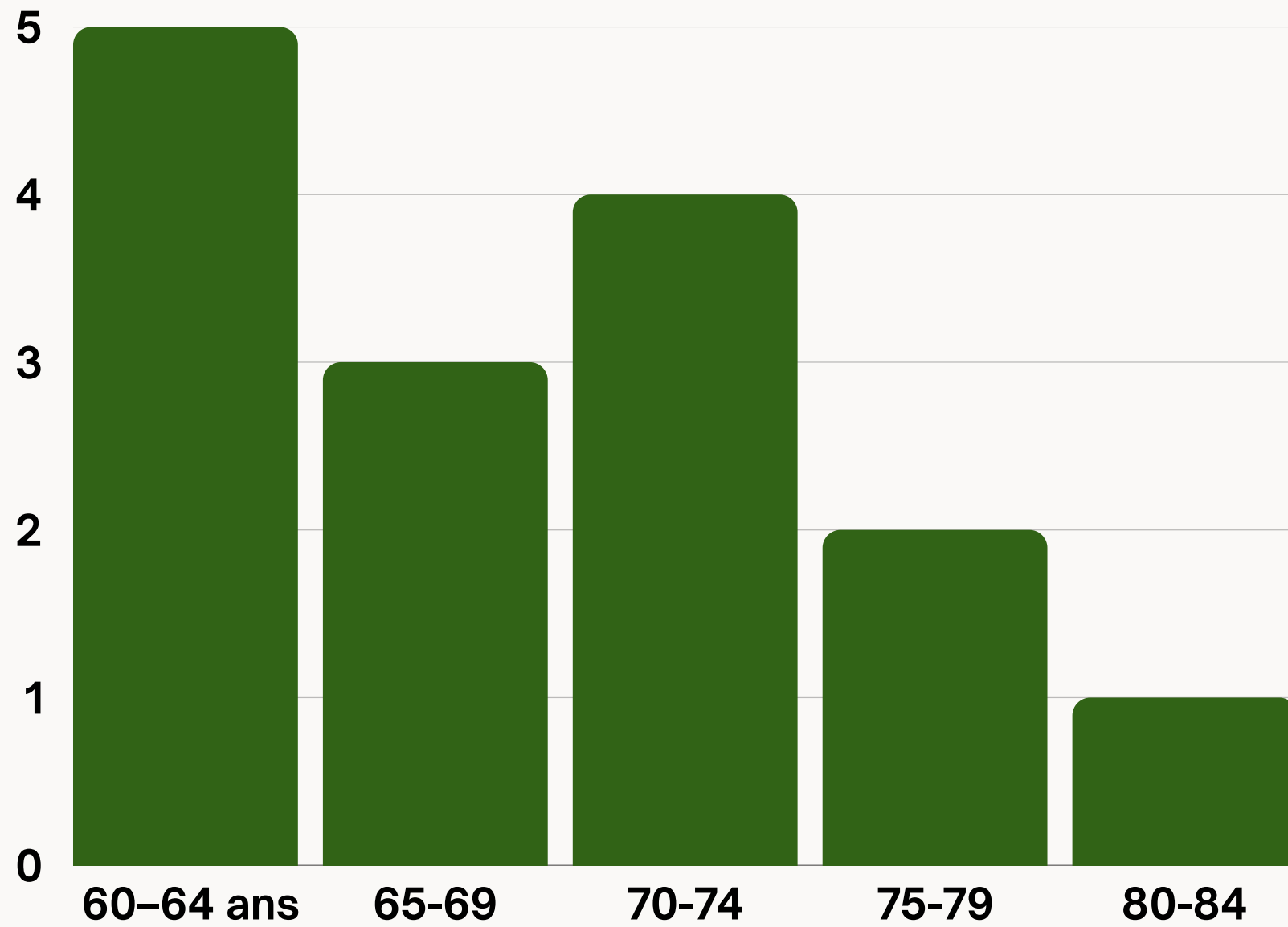
# USER INTERVIEWS

## PROFILS

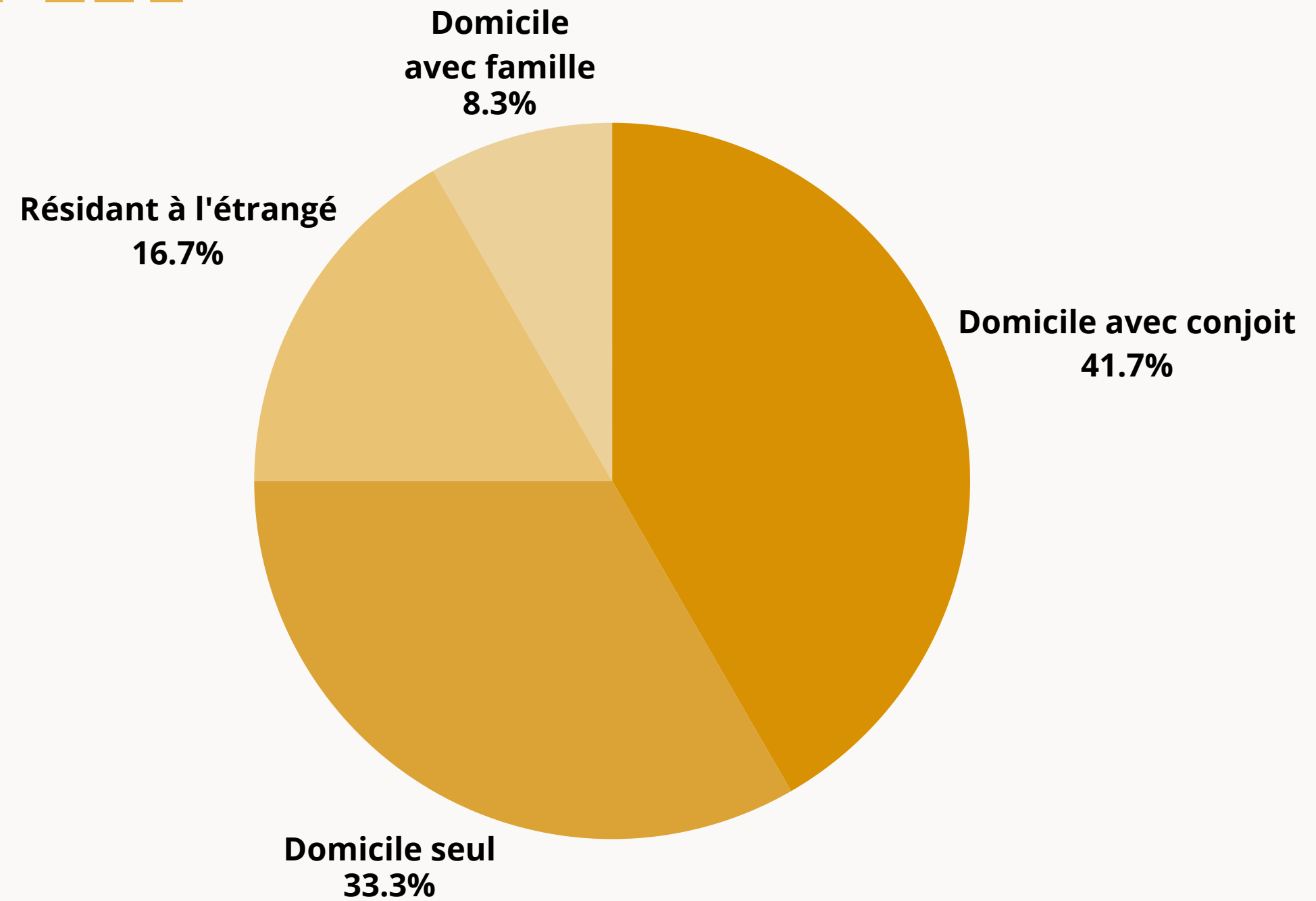


# USER INTERVIEWS

## PROFILS



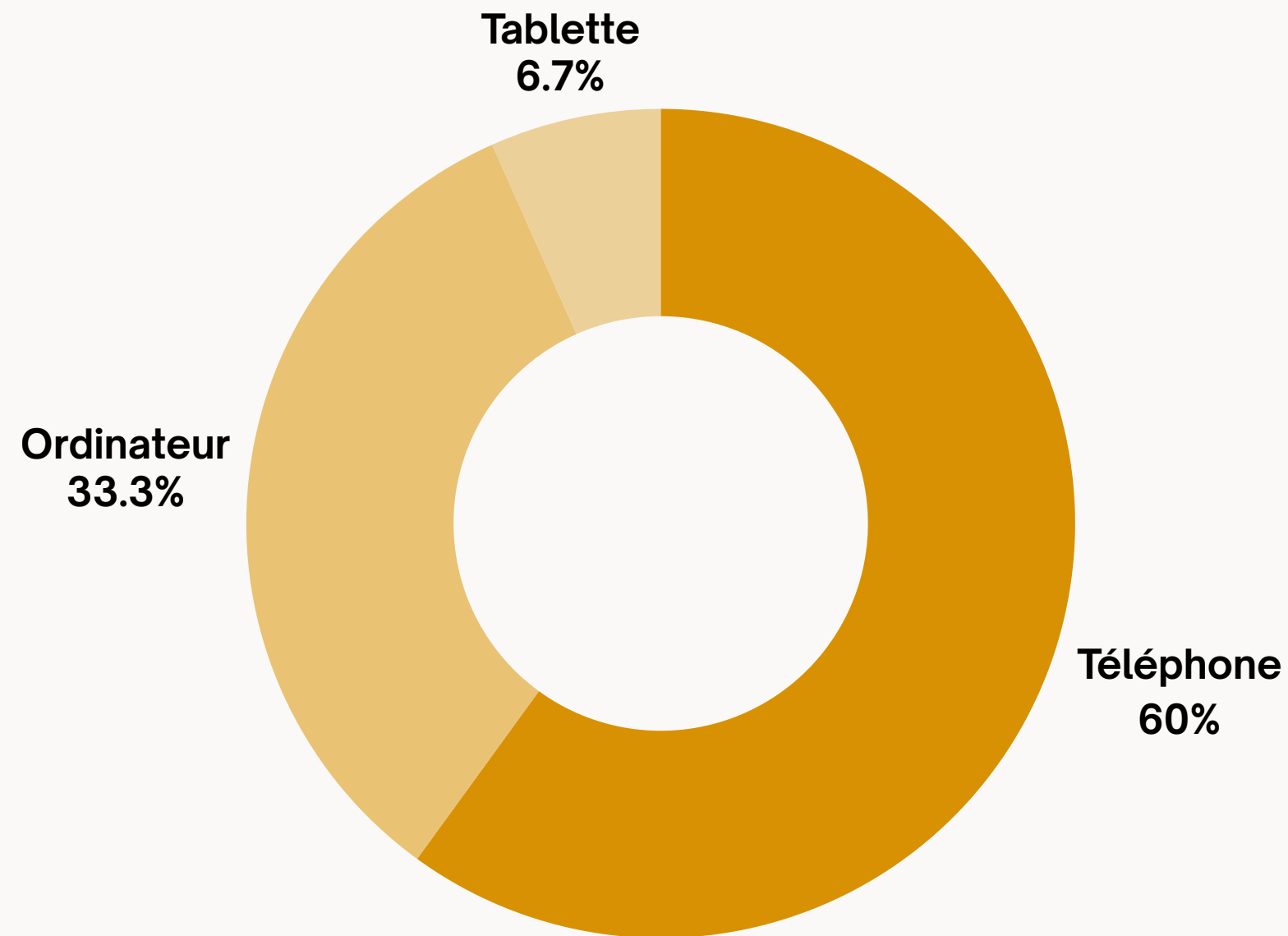
Âges



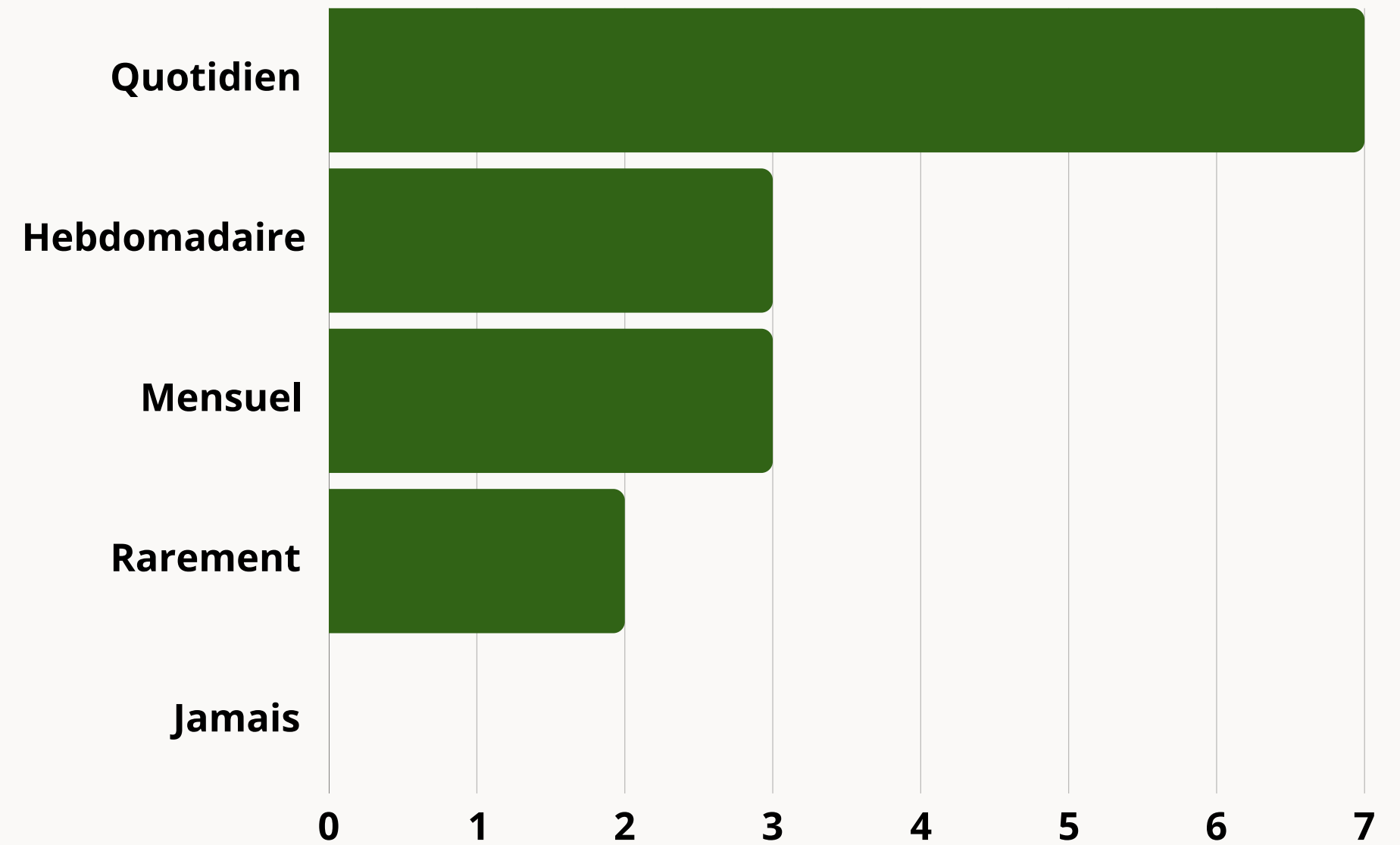
Mode de vie

# USER INTERVIEWS

## UTILISATION DU NUMÉRIQUE



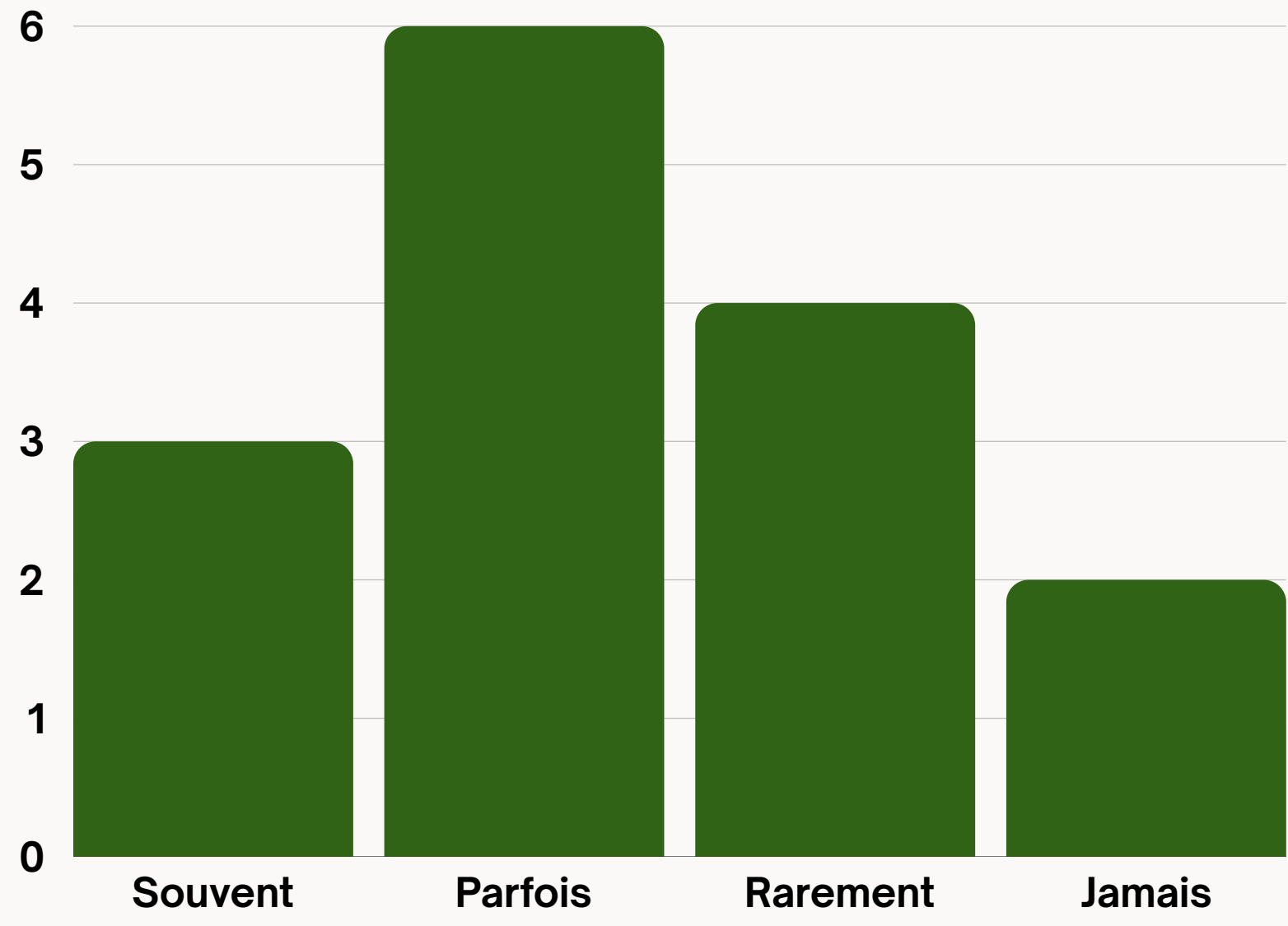
Appareils  
principaux



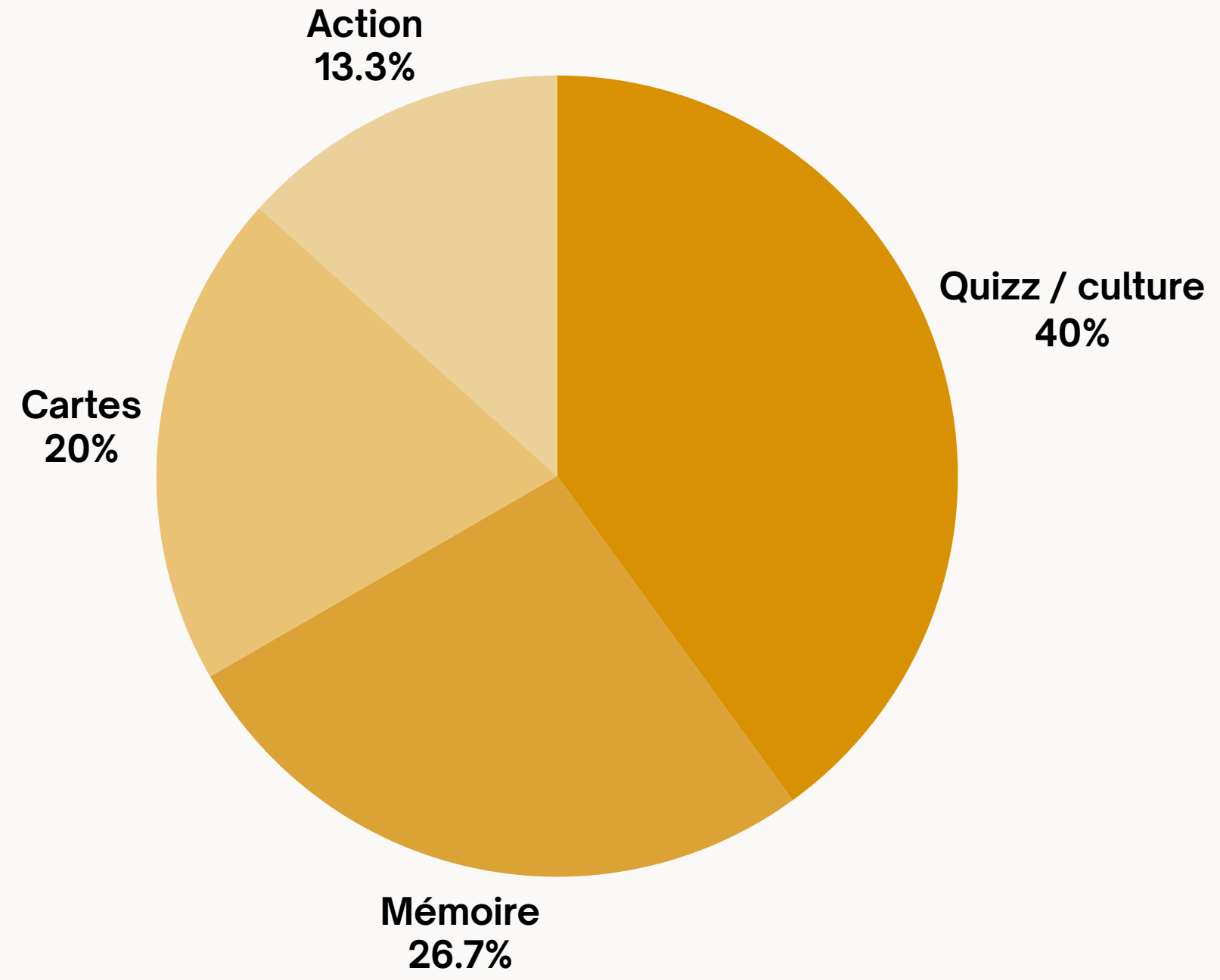
Fréquence d'utilisation

# USER INTERVIEWS

## PROBLÈMES ET BESOINS



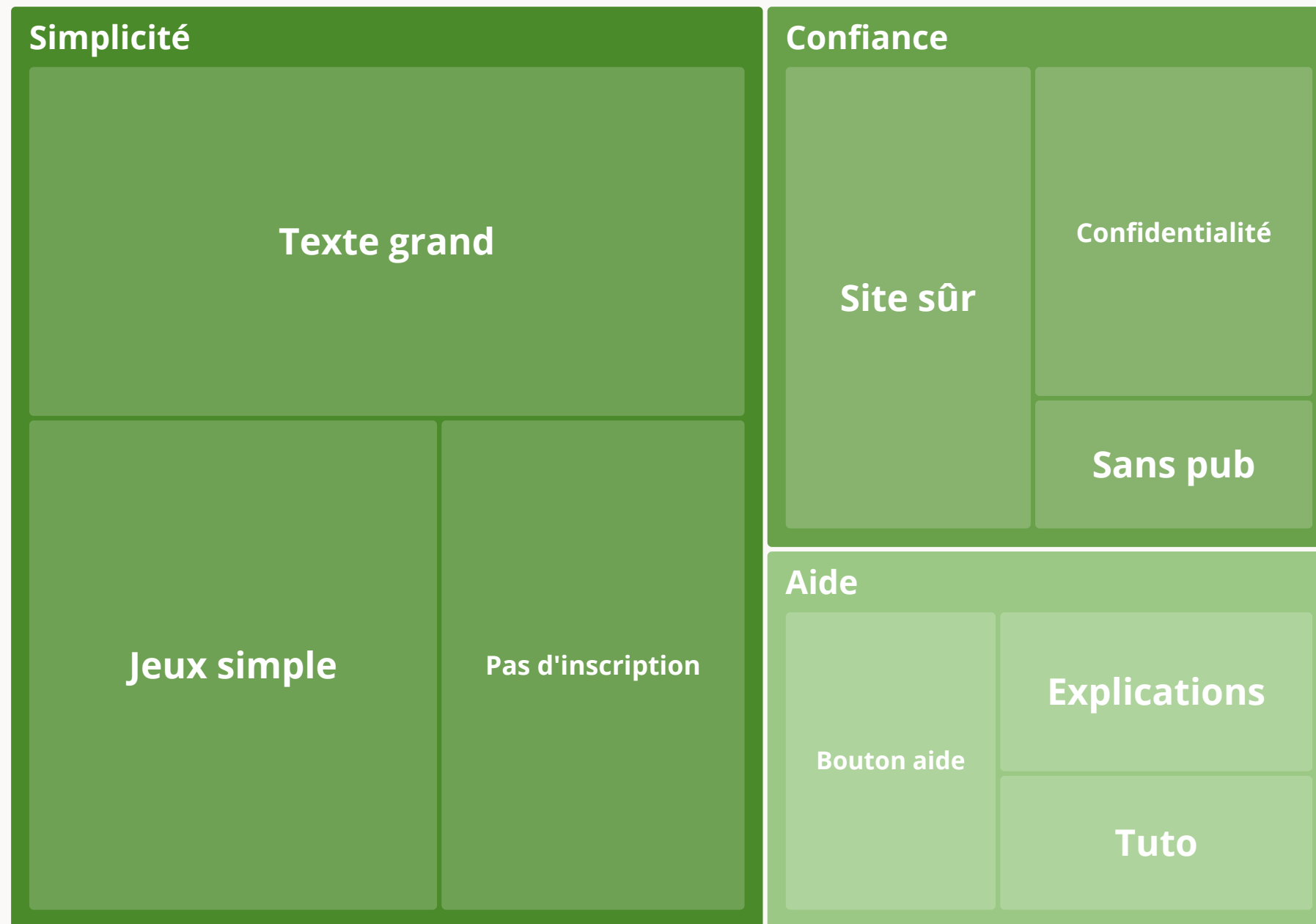
Sentiment d'isolement



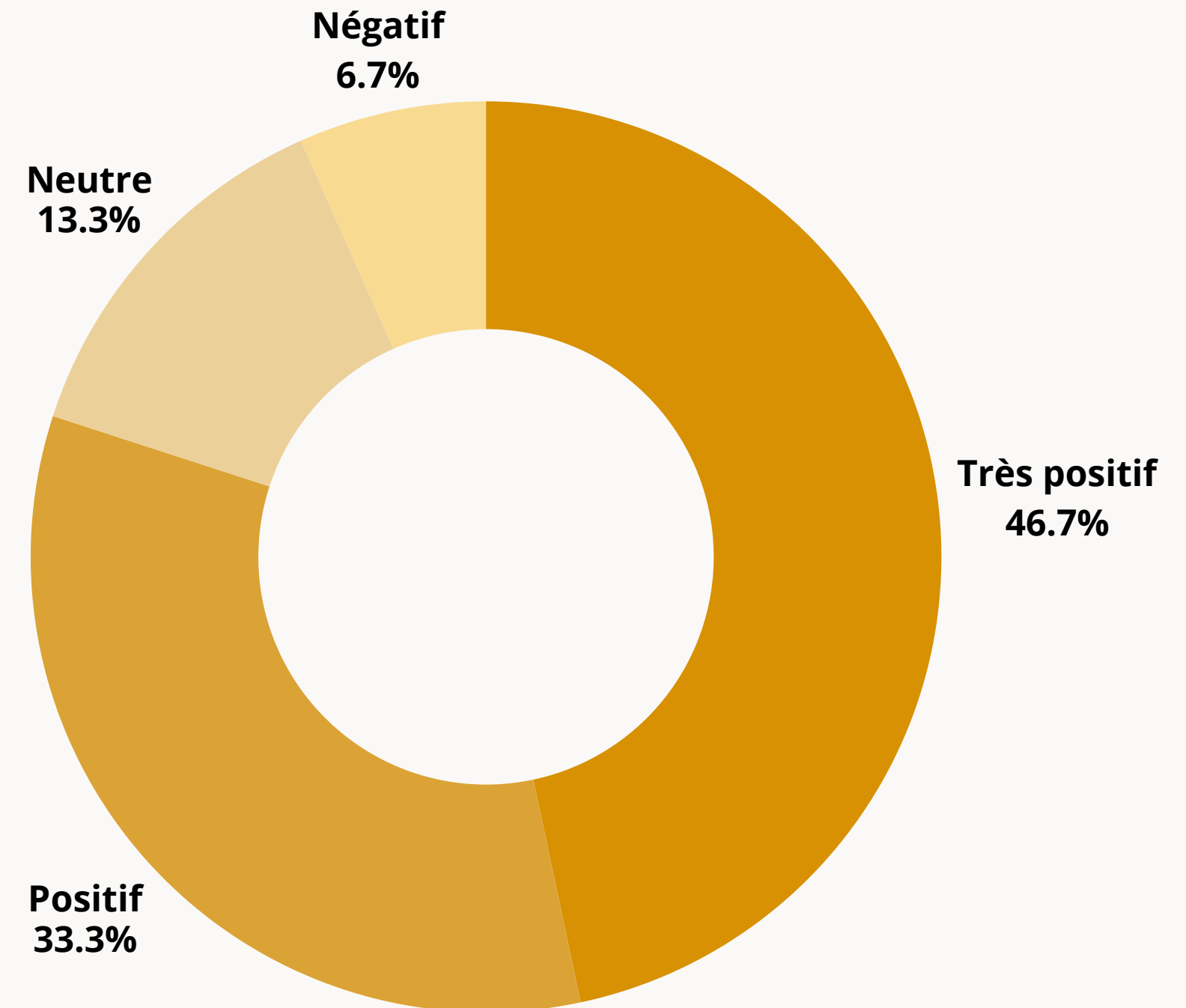
Types de jeux

# USER INTERVIEWS

## SITE INTERNET



**Fonctionnalités**



**Intérêt pour Univo**

# PERSONA



**NATHALIE DUBOIS**

**64 ANS**

Jeune retraité

**Équipement numérique :**  
tablette Samsung,  
smartphone Android

“ Je voudrais m’amuser  
et garder l’esprit vif,  
mais je n’ai pas envie  
de me prendre la tête  
avec la technologie.

## MOTIVATIONS

- Rencontrer des personnes de son âge pour partager des activités
- Se sentir utile
- Maintenir une vie sociale dynamique sans dépendre des autres
- Veut rester active et connectée socialement
- Donner du sens à son temps libre

## PROBLÈMES / FREINS

- Se sent “trop jeune d’esprit” pour le club seniors local
- Méfiance envers les annonces et services en ligne (peur de l’arnaque)
- Manque de confiance dans l’usage des nouvelles technologies
- Crainte d’être jugée

## ÉMOTIONS / RÉACTIONS

- Apprécie un ton rassurant et bienveillant.
- N’aime pas être assimilée au 3eme âge.
- Valorise la progression et la reconnaissance.
- Se décourage rapidement si le contenu paraît trop technique.
- La coopération a plus de sens que la compétition

## CANAUX ET FORMATS PRÉFÉRÉS

- Application mobile et tablette (interface simple)
- Tutoriels vidéos courts (1 à 2 minutes).
- Newsletters hebdomadaires avec astuces et jeux.
- Espace communautaire (forum ou chat).

## TONALITÉ EDITORIALE



CHALEUREUSE



RESPECTUEUSE



RASSURANTE

## MOTS CLÉS

jeux pour seniors, stimulation mémoire, plateforme jeux retraités, activités cognitives, jeux intergénérationnels.

**Pour conclure, ce persona nous a permis de comprendre les motivations, les freins et les attentes réelles de notre cible.**

# CARTE D'EMPATHIE

## CE QU'IL FAIT

- Il utilise son téléphone tous les jours, principalement pour passer des appels.
- Il pratique des activités physiques et sociales comme la marche, la cuisine et les sorties avec ses amis.
- Pour les jeux, il reste attaché au traditionnel (cartes, dames) et joue avec son voisin.
- Il appelle immédiatement un proche (sa petite fille) dès qu'il pense avoir fait une erreur sur Internet.

## CE QU'IL VOIT

Il voit des e-mails alarmants sur son ordinateur qui déclenchent un sentiment de panique.  
Il consulte la météo et ses messages quelques fois par semaine sur son écran.  
Il perçoit un environnement numérique parfois hostile où il a peur de "cliquer au mauvais endroit".  
Dans son quotidien au Sénégal, il voit sa maison où il vit seul, entrecoupé de voyages pour voir ses petits-enfants en France.  
Il imagine une interface où il pourrait voir le visage de ses amies ou de nouveaux partenaires de jeu.

## CE QU'IL DIT

Il affirme que les dimanches après-midi sont longs et qu'il s'y sent seul.  
Il exprime son envie de jouer plus souvent, mais déplore que ce soit compliqué depuis la pandémie.  
Il dit que l'idée d'une plateforme coopérative pour rompre l'isolement est "la meilleure chose" qu'il ait entendue.  
Il précise qu'il a besoin d'une aide visible ou d'un numéro de téléphone pour être rassuré.

## CE QU'IL ESPÈRE

Il espère une plateforme simple pour "s'occuper le dimanche".  
Il aspire à garder le contact avec sa famille et ses amis sans avoir à se déplacer physiquement.  
Il souhaite un environnement sécurisé pour pouvoir jouer avec d'autres (amis ou seniors de son âge) et créer du lien.  
Il espère pouvoir inviter ses proches facilement, même s'ils ne sont pas à l'aise avec l'informatique.

## CE QU'IL ENTEND

Il entend les conseils de son fils qui l'aide à distance lorsqu'il rencontre un problème technique.  
Il entend parler de la plateforme UNIVO : un espace sans chronomètre, sans stress, avec de grands boutons et des jeux connus.  
Il capte l'idée que le numérique peut être un outil de "bien vieillir" en stimulant sa mémoire et sa réflexion.  
Il entend qu'il est possible de créer du lien avec d'autres seniors de son âge ou même des plus jeunes à travers le jeu.



**Cette carte d'empathie nous a permis de concevoir une plateforme réellement adaptée aux seniors, en alignant nos choix de design, de fonctionnalités et de ton avec leurs besoins réels.**

## CE QU'IL REDOUTE

Ses craintes, freins, obstacles

- Il redoute par-dessus tout de faire une "erreur irréversible" sur son appareil.
- Il craint les arnaques en ligne et les virus.
- Il redoute de ne pas savoir se servir d'un nouvel outil s'il est trop complexe.
- Il craint la solitude des week-ends lorsqu'il ne peut pas se déplacer pour voir ses amis.

## SES BESOINS

- Simplicité d'interface : Une zone de clic unique et claire pour éviter de se tromper.
- Sécurité émotionnelle : Un cadre rassurant et coopératif, loin de la compétition ou du stress.
- Lien social élargi : La possibilité de rencontrer et jouer avec des inconnus de sa génération pour rompre l'isolement.
- Stimulation cognitive : Des jeux classiques (cartes, dominos) qui stimulent la mémoire.

## INSIGHT À EXPLORER

Le véritable levier pour Martin n'est pas seulement le jeu en lui-même, mais la dimension humaine : le jeu devient le prétexte pour transformer une interface numérique froide en une "rencontre chaleureuse" où l'on peut voir l'autre et discuter, qu'il s'agisse d'un proche ou d'un nouveau partenaire de jeu du même âge.

# USER FLOW

## OBJECTIFS DU USER FLOW :

SÉCURISER L'UTILISATEUR : RÉDUIRE LA PEUR DE "FAIRE UNE ERREUR IRRÉVERSIBLE".

SIMPLIFIER LA NAVIGATION : PROPOSER UNE ZONE CLAIRE POUR CLIQUER, SANS CONFUSION.

FAVORISER LE LIEN : INTÉGRER LA VIDÉO POUR VOIR LE VISAGE DES PARTENAIRES.

- SCHÉMA DU USER FLOW (LOGIQUE DE NAVIGATION)

## ÉTAPE 1 : ACCÈS SÉCURISÉ

ARRIVÉE SUR L'ACCUEIL UNIVO (LECTURE CLAIRE, GROS BOUTONS).  
IDENTIFICATION SIMPLE AVEC MESSAGE DE CONFIRMATION DE SÉCURITÉ.

## ÉTAPE 2 : CHOIX DU MODE SOCIAL

SÉLECTION : "JOUER AVEC MES PROCHES" OU "RENCONTRER DE NOUVEAUX PARTENAIRES (SENIORS)".

## ÉTAPE 4 : SESSION DE JEU VIDÉO

- LANCEMENT DE LA PARTIE AVEC FLUX VIDÉO ACTIVÉ POUR VOIR LES PARTENAIRES.
- SYSTÈME DE DISCUSSION SIMPLIFIÉ PENDANT LE JEU.



## POINTS DE VIGILANCE DESIGN

**ZÉRO IMPASSE** : MARTIN NE DOIT JAMAIS SE RETROUVER BLOQUÉ SUR UN ÉCRAN SANS BOUTON DE RETOUR CLAIR.

**ASSISTANCE** : UN BOUTON "AIDER MARTIN" (NUMÉRO DE TÉLÉPHONE OU AIDE VISUELLE) DOIT ÊTRE PRÉSENT.

**INTERGÉNÉRATIONNEL** : LE FLUX DOIT ÊTRE IDENTIQUE POUR LE PARTENAIRE "JEUNE" AFIN DE NE PAS CRÉER DE DÉCALAGE DANS L'EXPÉRIENCE DE JEU

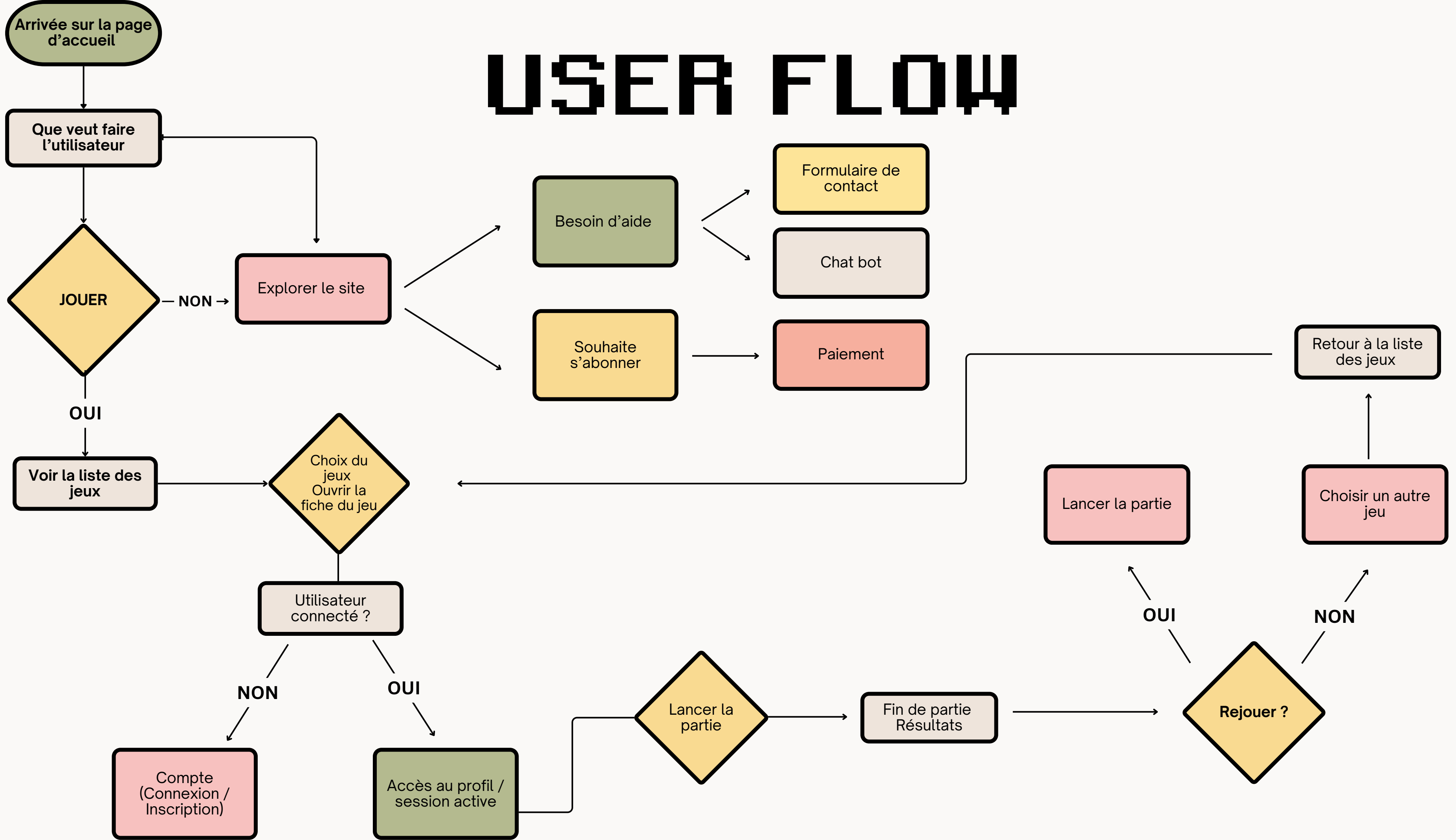
## ÉTAPE 3 : SÉLECTION DU JEU

- CHOIX PARMIS LES JEUX CLASSIQUES (CARTES, DAMES, DOMINOS).
- PAS DE LIMITE DE TEMPS POUR CHOISIR, ENVIRONNEMENT SANS STRESS.

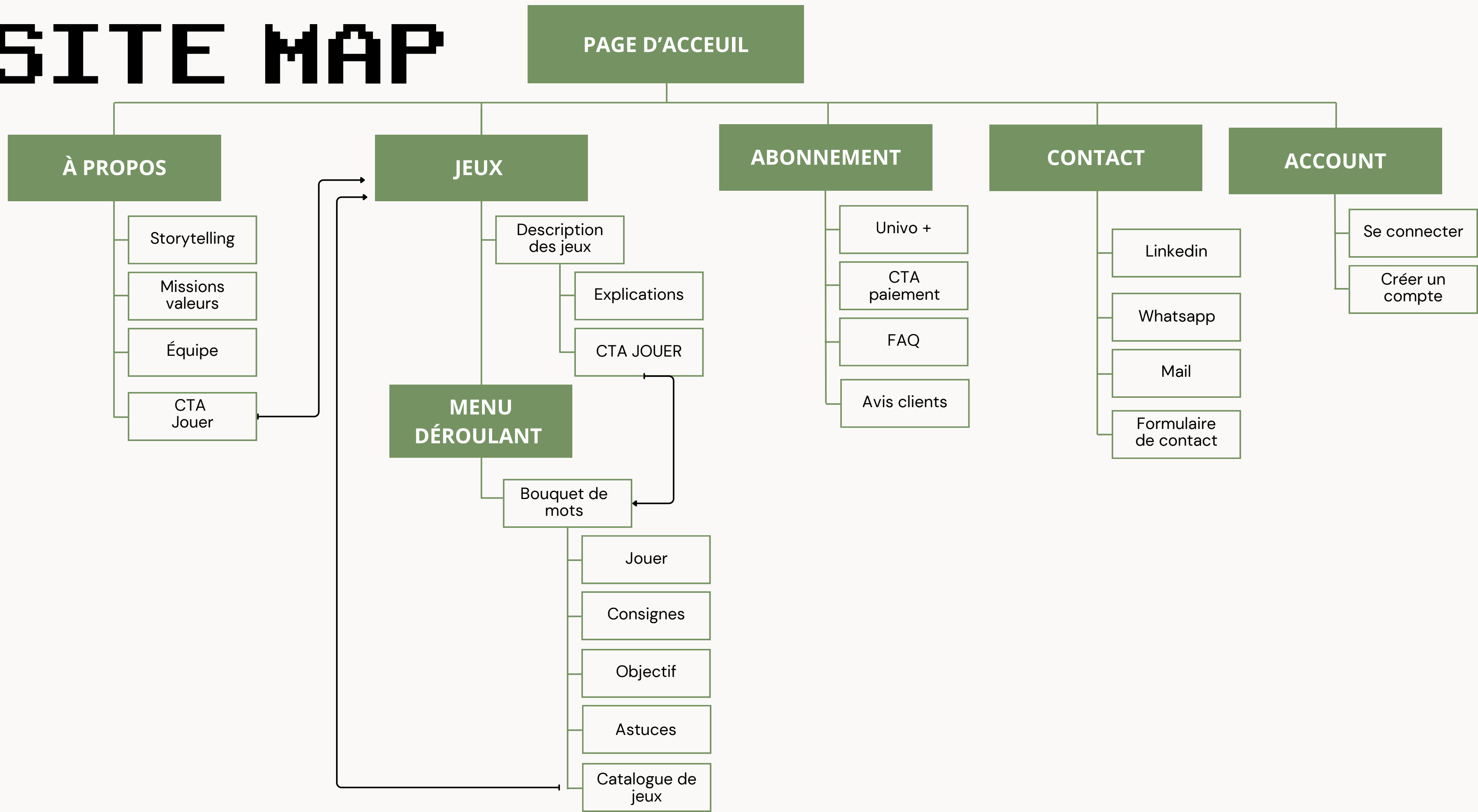
## ÉTAPE 5 : CLÔTURE ET RENDEZ-VOUS

FIN DE PARTIE ET PROPOSITION DE FIXER LE "PROCHAIN RENDEZ-VOUS" (POUR LUTTER CONTRE L'ISOLEMENT DU DIMANCHE).

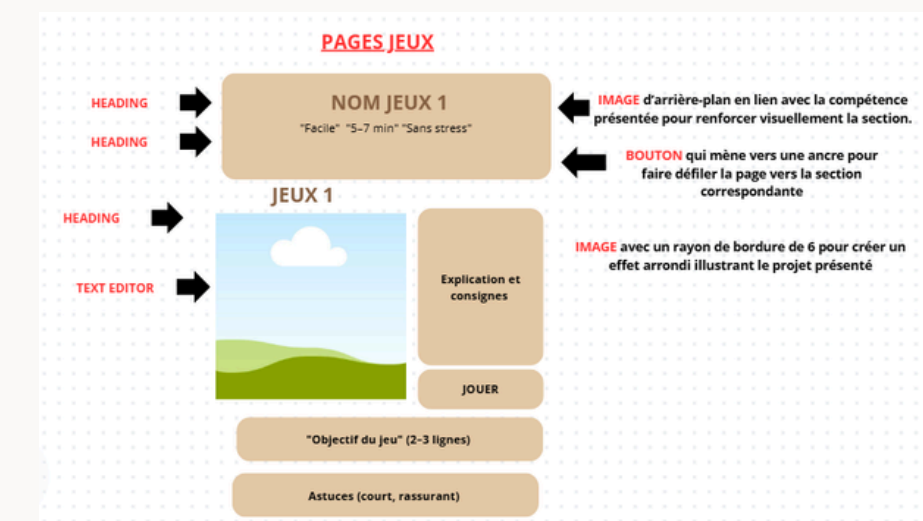
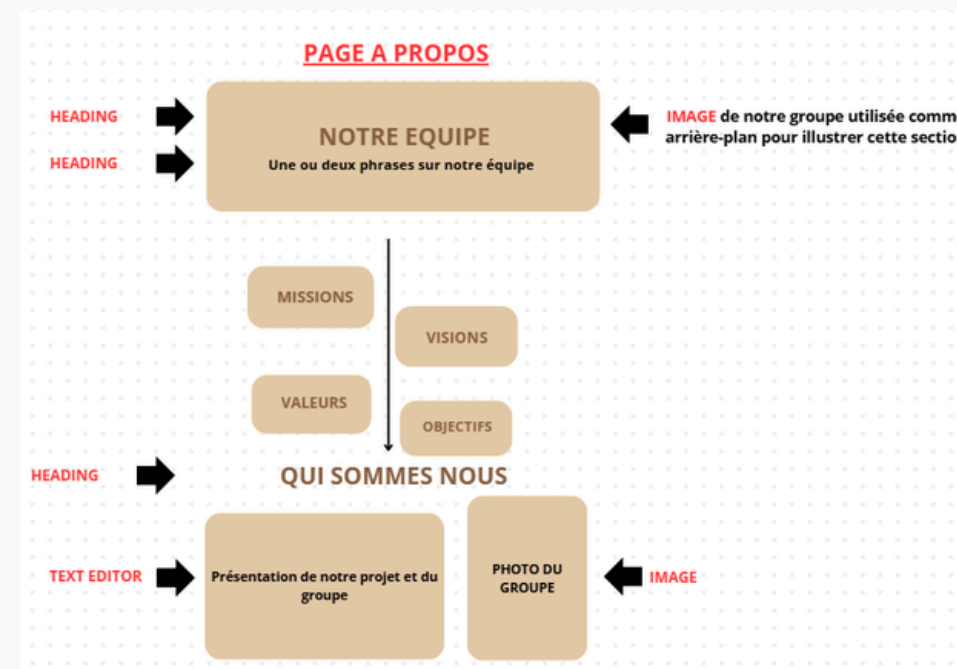
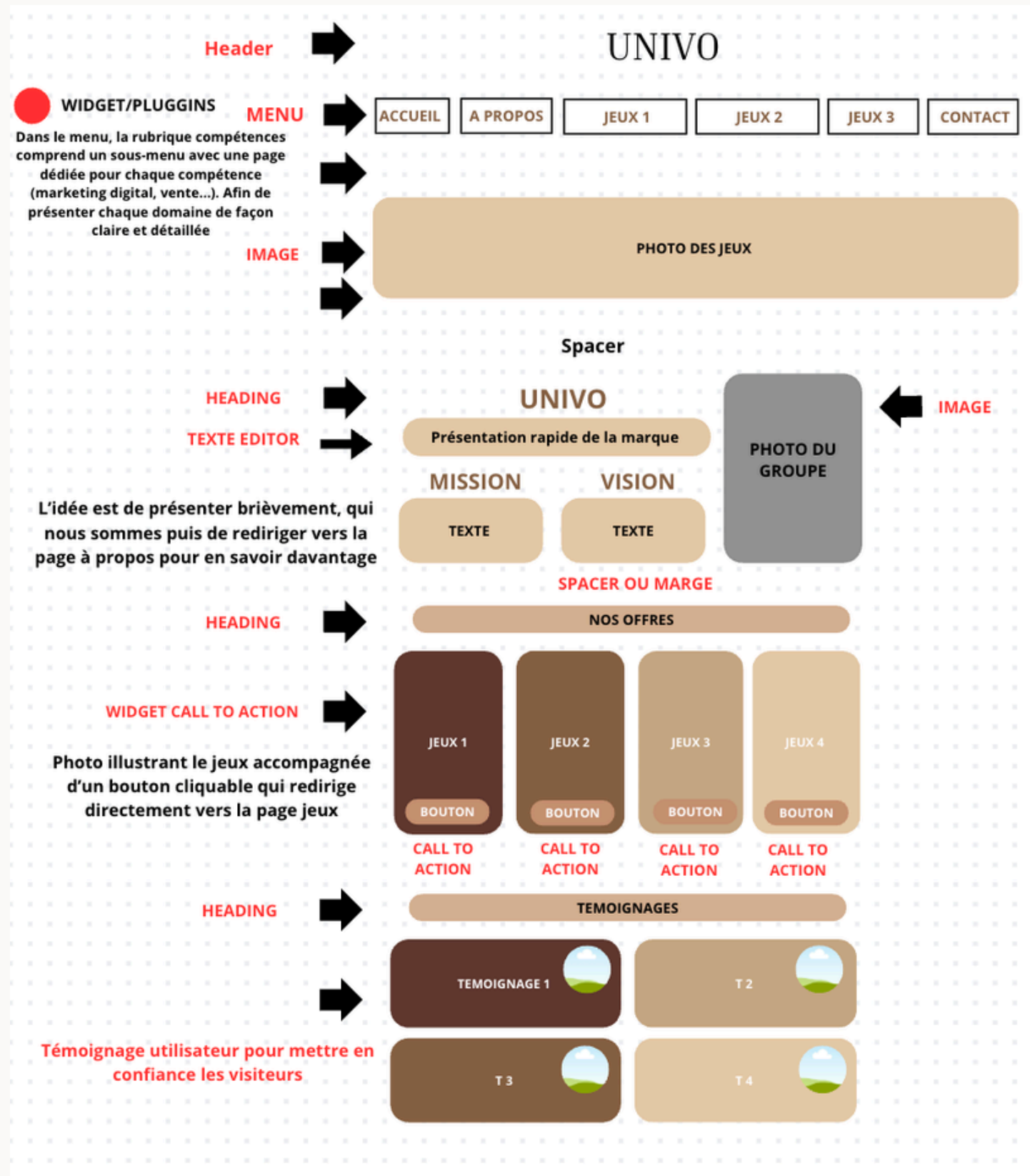
# USER FLOW



# SITE MAP



# MAQUETTE BASSE FIDÉLITÉ



# USER JOURNEY



**JEAN STÉPHANE**

73 ANS

Il a besoin de rompre l'isolement, se divertir simplement et créer des liens sociaux, sans stress technique.

DECOUVERTE

DECISION

INSCRIPTION

1ERE EXPERIENCE

FIDELISATION

RECOMMANDATION

Le senior découvre UNIVO via une affiche à la mairie. Il se demande si une plateforme de jeux en ligne peut réellement être adaptée à son âge.

Après avoir consulté le site, il comprend rapidement la promesse de simplicité et de convivialité. Il décide d'essayer la plateforme, rassuré par son positionnement bienveillant.

Grâce à un parcours d'inscription guidé et clair, il parvient à créer son compte sans difficulté, ce qui renforce sa confiance.

Lors de sa première utilisation, il découvre des jeux familiers et coopératifs. Il ressent du plaisir et se sent accompagné tout au long de l'expérience.

Avec le temps, UNIVO s'intègre à son quotidien et devient un rendez-vous régulier, favorisant le lien social et le bien-être.

Satisfait de son expérience, il parle d'UNIVO autour de lui et recommande la plateforme à d'autres seniors ou à ses proches.

# INFLUENCE DESIGN

Le design d'Univo s'inspire de plateformes senior-friendly et de services de jeux cognitifs en ligne, conçus pour être simples, rassurants et accessibles.

## Exemples d'influences observées

Applications de stimulation cognitive

→ interfaces épurées, consignes claires, progression douce

Plateformes numériques pour seniors

→ textes lisibles, navigation guidée, rythme adapté

Univers du jeu en ligne

→ gamification légère (défis, scores optionnels, jeu à deux)

## Choix retenus pour Univo

couleurs douces et contrastées

boutons visibles et explicites

parcours utilisateur simple

design rassurant et non surchargé

**Le benchmark a permis de concevoir une interface accessible, ludique et rassurante, en cohérence avec l'objectif d'Univo : favoriser le bien-être et le lien social des seniors par le jeu.**

# CHARTRE GRAPHIQUE

## LOGO



**SEPTEMBRE**

Première identité du concept, symbole cerveau et jeu pour installer l'univers (stimulation, plaisir, senior-friendly)

**JANVIER**

Version moderne logo typographique plus minimal et mémorable meilleur contraste et reconnaissance immédiate



**NOVEMBRE**

Version relation ajout d'un signe de communauté pour mettre en avant le lien social



Une identité qui se simplifie pour gagner en lisibilité, en modernité et en cohérence digitale

# LOGO

Le logo UNIVO s'inspire de l'univers rétro du jeu vidéo avec un style pixel-art, pour évoquer le plaisir, la simplicité et l'accessibilité pour les seniors

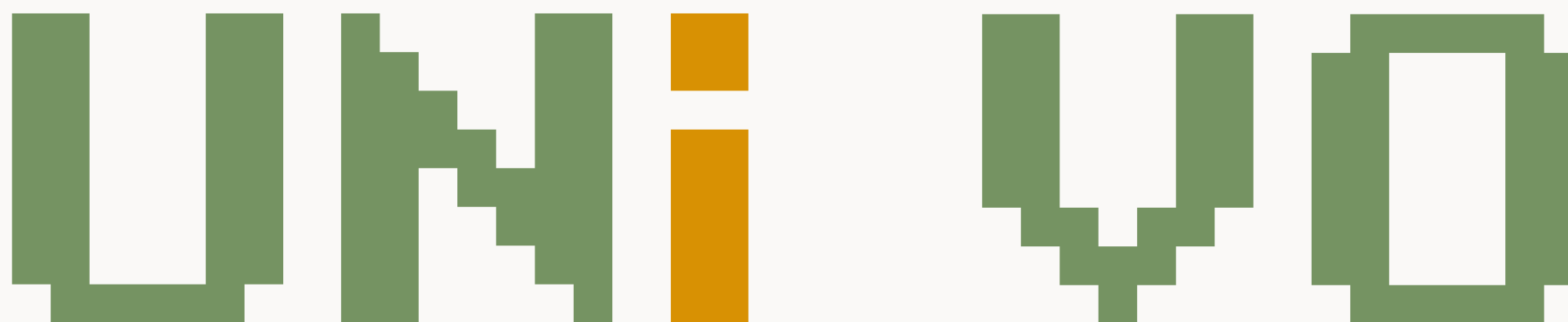
Nom de la police : Retro gaming

Syllabes simples, facilement prononçable et mémorisable

**UNI** : notion d'union, de liens





**NIVO** : clin d'œil aux niveaux d'un jeu, idée de progression, stimulation cognitive

**UNIVO** sonne comme haut niveau ce qui donne confiance aux seniors quant au fait qu'ils sont à la page grâce à notre plateforme



# PALETTE DE COULEURS

La palette fonctionne très bien parce qu'elle équilibre confiance + énergie + lisibilité, ce qui est idéal pour un site de jeux destiné aux seniors et rassurant pour les aidants.

-  **Est la couleur socle, elle évoque la stabilité, la sérénité, la fiabilité et le côté bien-être**
-  **Apporte la chaleur, l'optimisme et la convivialité, il sert d'étincelle pour attirer l'œil sans agresser**
-  **Renforce la lisibilité et le contraste, il ancre l'identité et donne un rendu plus pro**
-  **Donne de l'air, de la simplicité et un sentiment de clarté**

Dans le cercle chromatique le jaune se situe autour de 60° et le vert autour de 120°, donc ils sont côte à côte. C'est une **relation dite analogique**, ce qui explique pourquoi ça va naturellement ensemble et donne une sensation harmonieuse et accessible.

Vert grisé  
#759362

Jaune  
#D89103

Blanc  
#FFFFFF

Noir  
#000000

# LES TYPOGRAPHIES

## Police de titre

ANTIC DIDONE

Aa

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Antic Didone est utilisée pour les titres parce que c'est une police "Didone" à fort contraste (pleins et déliés marqués) qui donne tout de suite un rendu élégant et affirmé : elle attire naturellement l'œil, structure la page et pose une identité plus "premium" et sérieuse, ce qui aide UNIVO à inspirer confiance dès les en-têtes, les pages clés et les accroches importantes.

## Police de texte

Montserrat

Aa

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Montserrat est utilisée pour les textes car c'est une sans-sérif moderne, très lisible à l'écran, avec des formes ouvertes et régulières : elle garantit un confort de lecture sur ordinateur et mobile, rend les consignes et descriptions de jeux faciles à comprendre, et garde une apparence simple et accessible.

# Maillage interne

Le maillage interne a été pensé pour faciliter la navigation de l'utilisateur, guider Google dans la compréhension du site et mettre en avant les pages stratégiques, notamment les pages Jeux et Contact.

## A. Identification des intentions de recherche

### Une page d'accueil centrale

Elle regroupe les éléments clés du site et renvoie vers :

- les pages Jeux grâce aux boutons et visuels cliquables
- la page À propos pour présenter le projet
- la page Contact via des appels à l'action

Cela permet de guider rapidement l'utilisateur vers les pages principaux.

### Des pages Jeux reliées entre elles

Chaque page de jeu est intégrée dans un cocon sémantique : accès depuis la page d'accueil

- liens vers les autres jeux via la section « Vous aimerez aussi jouer »
- lien vers la page Contact pour encourager l'engagement
- 

L'utilisateur reste plus longtemps sur le site et explore plusieurs contenus.

### Des pages de confiance et de conversion

Les pages À propos et Contact sont reliées aux autres pages :

- À propos renvoie vers les jeux et le contact
- Contact propose un retour vers les jeux ou l'accueil

Aucune page n'est isolée, le parcours reste fluide et logique.

Le maillage interne d'UNIVO facilite la navigation, améliore l'expérience utilisateur et aide les moteurs de recherche à comprendre la structure du site. Il met en avant les pages stratégiques tout en respectant une logique UX et SEO.

# CALENDRIER ÉDITORIAL BTOC

## SEMAINE 1

### Objectifs :

Faire connaître UNIVO  
+ lever les peurs



**Vidéo courte (1-2 min)**  
« UNIVO, c'est quoi ? »



**Post**  
« Jour en ligne ? C'est  
comme dans la vraie  
vie...mais en mieux »



**Article**  
« Comment lutter contre  
l'isolement des seniors  
grâce au jeu en ligne ? »

SEO – intention  
informationnelle

## SEMAINE 2

### Objectifs :

Montrer que c'est  
simple et sans risque



**Tutoriel**  
« Comment s'inscrire sur  
UNIVO – pas à pas »



**Post**  
« Pas besoin d'être un  
expert en informatique  
pour jouer sur UNIVO »



**Article**  
« Jeux en ligne pour  
seniors : comment  
jouer facilement et en  
toute sécurité ? »

## SEMAINE 3

### Objectifs :

Donner envie  
d'essayer maintenant



**Notification plateforme**  
« Et si vous jouiez 5  
minutes aujourd'hui ? »



**Post**  
« Le jeu du jour : le  
Domino coopératif »



**Article**  
« Jeux de dominos,  
cartes et quiz  
souvenirs : jouer  
ensemble sur UNIVO »

## SEMAINE 4

### Objectifs :

Créer l'habitude +  
bouche-à-oreille



**Email**  
« Invitez un ami à jouer  
avec vous »



**Post**  
« Depuis que je joue sur  
UNIVO, je me sens moins  
seul »



**Article**  
« Pourquoi jouer  
régulièrement fait du  
bien après 60 ans »

# CALENDRIER ÉDITORIAL BTOB

## SEMAINE 1

**Objectifs :**  
Faire connaître UNIVO  
auprès des structures  
+ lever les peurs

### Post



« Et si le jeu devenait un moment de partage pour vos résidents ? »

### Article



« Comment lutter contre l'isolement des seniors dans vos établissements grâce au jeu en ligne »

## SEMAINE 2

**Objectifs :**  
Montrer que c'est simple et sécurisé pour les structures

### Post



« Pas besoin d'être un expert informatique pour installer UNIVO dans votre établissement »

### Article



« Jeux en ligne pour seniors : comment les mettre en place facilement dans votre établissement »

## SEMAINE 3

**Objectifs :**  
Donner envie aux structures de réserver une démo

### Post



Découvrez comment UNIVO change le quotidien des établissements seniors  
→ CTA : réserver une démo

### Email



« Voyez UNIVO en action dans votre établissement »

## SEMAINE 4

**Objectifs :**  
Fidéliser

### Post



« Depuis que nous utilisons UNIVO, nos résidents participent plus et se sentent moins isolés »

### Article



« Pourquoi intégrer le jeu en ligne régulièrement dans vos activités seniors »

# VISUELS BTOC

**JOUER EN LIGNE ?  
C'EST COMME DANS LA VRAIE  
VIE ... MAIS EN MIEUX**



**UNiVO**  
DES RENCONTRES À  
TOUS LES NIVEAUX

J'ESSAYE GRATUITEMENT



“ Depuis que je joue sur  
Univo, je me sens  
moins seule.  
Karine, 71 ans

**UNiVO**

VOUS AUSSI  
REJOIGNEZ LA  
COMMUNAUTÉ !

J'ESSAYE GRATUITEMENT

# VISUELS BTOC

PAS BESOIN D'ÊTRE UN  
EXPERT EN INFORMATIQUE

POUR JOUER SUR

UNiVO



VENEZ ESSAYER  
MAINTENANT !



J'ESSAYE GRATUITEMENT

UNiVO  
LE JEU DU JOUR

LE DOMINO  
COOPÉRATIF

CONNECTEZ VOUS  
GRATUITEMENT  
ET VENEZ JOUER AVEC  
DES JOUEURS QUI  
VOUS RESSEMBLENT



J'ESSAYE GRATUITEMENT

# VISUELS BTOB



DÉCOUVREZ COMMENT

**UNiVO**

**CHANGE LE  
QUOTIDIEN DES  
ÉTABLISSEMENTS  
POUR SENIORS**

**RÉSERVER UNE DÉMO**

Plus d'infos: [www.univo.com](http://www.univo.com)



**UNiVO**

“

DEPUIS QUE NOUS  
UTILISONS UNIVO,  
NOS RÉSIDENTS  
PARTICIPENT PLUS  
ET SE SENTENT  
MOINS ISOLÉS

Fondation Partage et Vie

**RÉSERVER UNE DÉMO**

Plus d'infos: [www.univo.com](http://www.univo.com)

# LES DÉVELOPPEURS



**EMILIO  
TAILLEBOIS**



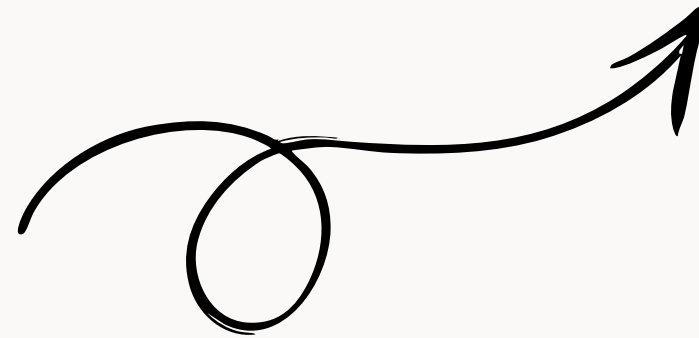
**AMBRE  
BOURGUIGNON**



**BILAL  
BENCHEIKH**

# NOS SPRINT

SPRINT 1		
Problèmes des utilisateurs / User story. En tant utilisateur j'ai besoin...	Solutions	Story point : points de difficulté de la solution
j'ai besoin de comprendre rapidement le concept du site afin de savoir s'il me correspond.	Images claires respectant la charte graphique, mise en avant des jeux principaux, phrase simple de description accès visible à la page de présentation.	3/5
j'ai besoin d'en apprendre plus sur l'équipe afin d'avoir confiance dans le site.	Page "Notre équipe" avec texte simple, présentation de la mission et des valeurs.	1/5
j'ai besoin de voir rapidement les jeux disponibles afin de comprendre ce que propose le site.	Page "Jeux" affichage complet de tous les jeux, simple et lisible des jeux.	2/5
j'ai besoin de recevoir des informations sur le site afin de rester informé.	Formulaire newsletter avec un seul champ email, message rassurant sur la fréquence d'envoi.	3/5
j'ai besoin de naviguer facilement afin de ne pas me perdre.	Menu clair, peu de rubriques, boutons visibles avec textes explicites.	1/5
j'ai besoin de jouer sans créer de compte afin de commencer immédiatement.	Accès libre à une sélection de jeux, explication claire de l'absence d'obligation de compte.	2/5
j'ai besoin de comprendre le principe des jeux afin de choisir celui qui me convient.	Pour chaque jeux courte description sous chaque jeu (type de jeu, objectif).	2/5
j'ai besoin de comprendre ce que les jeux m'apportent.	Mention simple des bénéfices (mémoire, réflexion, détente).	2/5

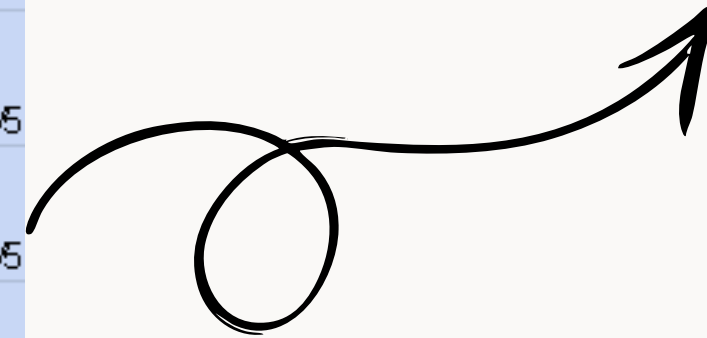


- 1) Comprendre immédiatement ce qu'est le site
- 2) Instaurer un climat de confiance
- 3) Rendre l'offre visible et compréhensible
- 4) Faciliter la navigation
- 5) Permettre de commencer immédiatement
- 6) Aider l'utilisateur à choisir ses jeux
- 7) Informer sans surcharger

# NOS SPRINT

## SPRINT 2

Problèmes des utilisateurs / User story. En tant utilisateur j'ai besoin...	Solutions	Story point : points de difficulté de la solution
j'ai besoin d'être rassuré sur la sécurité du site afin de l'utiliser en toute confiance.	Bloc "Site sécurisé" sur la page d'accueil, texte rassurant, page Mentions légales / Politique de confidentialité accessible en pied de page.	2,5
j'ai besoin d'un accompagnement clair afin de comprendre comment utiliser le site sans difficulté.	Page "Comment ça marche ?", sections explicatives avec textes courts, pictogrammes et captures d'écran.	3,5
j'ai besoin de pouvoir jouer à mon rythme afin de profiter pleinement des jeux.	Sélection de jeux sans chronomètre, indication "jeu sans limite de temps" dans la fiche jeu.	3,5
j'ai besoin de consignes simples et visibles afin de comprendre immédiatement les règles du jeu.	Bloc "Règles du jeu" visible avant de jouer, phrases courtes, icônes explicatives.	2,5
j'ai besoin d'accéder facilement à une aide afin de résoudre un problème rapidement.	Bouton "Besoin d'aide ?" renvoyant vers une page FAQ simple, formulaire de contact basique.	3,5

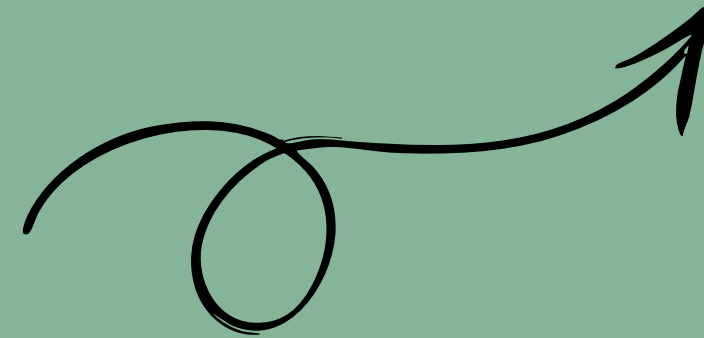


- 1) Comprendre facilement comment jouer
- 2) Être accompagné en cas de difficulté
- 3) Suivre sa progression
- 4) Sauvegarder ses résultats après chaque partie
- 5) Créer et gérer un compte simplement
- 6) Communiquer avec les autres utilisateurs

# NOS SPRINT

## SPRINT 3 ( récap général vacances )

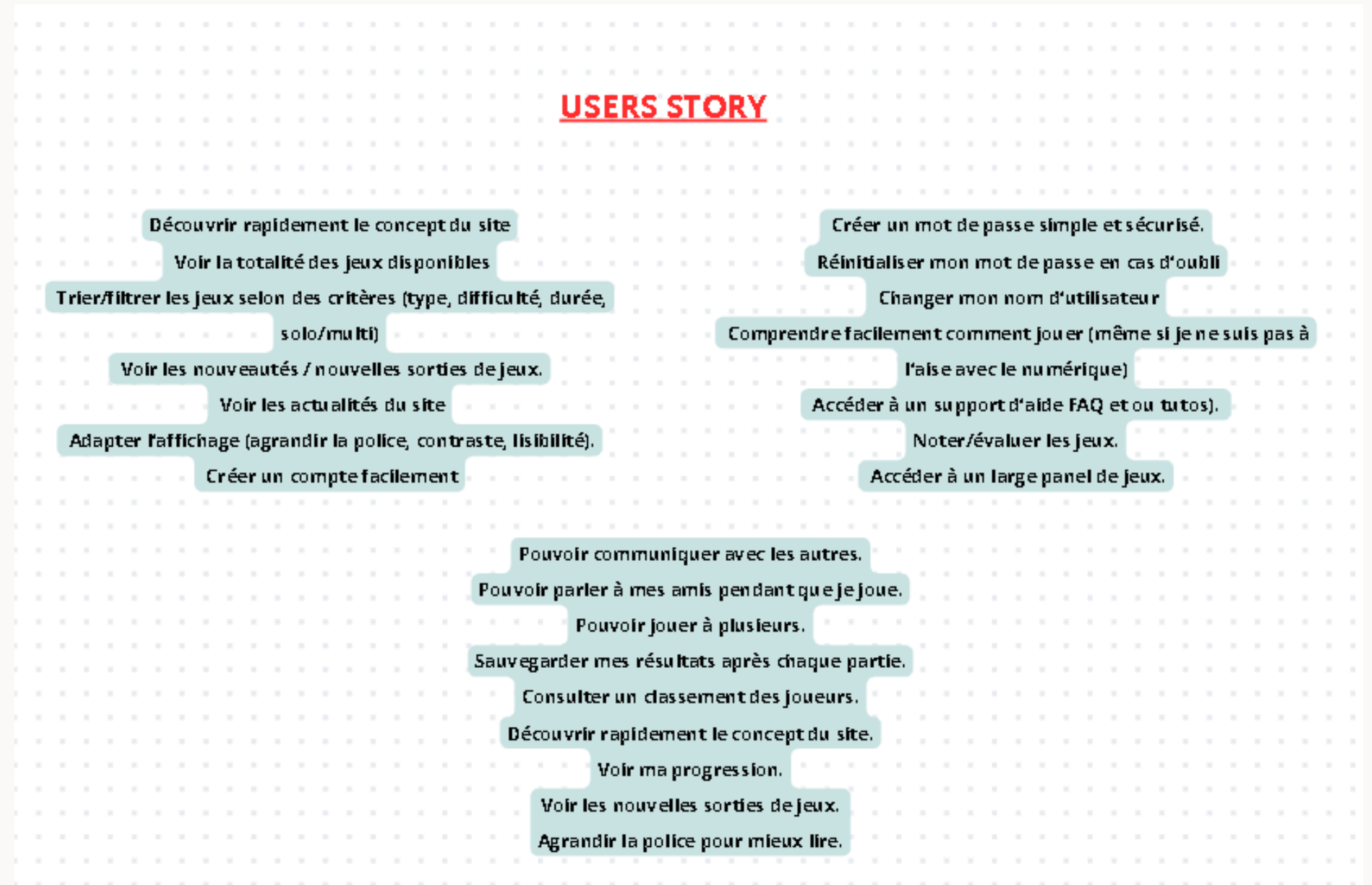
Problèmes des utilisateurs / User story. En tant utilisateur j'ai besoin...	Solutions	Story point : points de difficulté de la solution
j'ai besoin d'une navigation simple pour trouver vite ce que je cherche	Menu court pages claires	2,5
j'ai besoin de pouvoir explorer une liste de jeux et les tester facilement afin de choisir celui qui me plait	créer une page dédiée par jeu (fiche complète) avec niveau, objectif, compétences travaillées, avis,	3,5
j'ai besoin d'identifier qui est derrière le site afin d'être rassuré et pouvoir contacter la bonne personne	créer une page contact (tél/email/chat si dispo), photo équipe, FAQ, formulaire simple	2,5
j'ai besoin d'échanger avec d'autres utilisateurs afin de partager des conseils et me sentir accompagné	créer une page groupe de discussion	2,5
J'ai besoin de jeux courts pour jouer quelques minutes	Mention "jeu court" sur les fiches jeux (5-10 minutes), catégorie dédiée.	2,5
J'ai besoin de pouvoir jouer facilement sur tablette	Pages responsives optimisées tablette, boutons larges, navigation simplifiée.	3,5
J'ai besoin d'une interface encore plus lisible	Augmentation de la taille des textes, espaces plus larges entre les blocs.	1,5



- 1) Trouver rapidement ce que l'on cherche
- 2) Mieux explorer et choisir les jeux
- 3) Renforcer la confiance et le contact
- 4) Créer une dimension communautaire
- 5) Adapter les jeux aux usages courts
- 6) Renforcer la lisibilité de l'interface

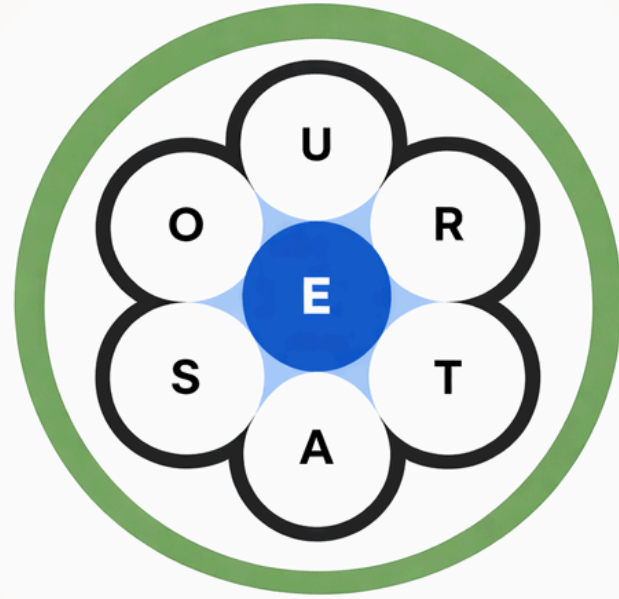
# BACKLOG ET USER STORY

BACKLOG	
j'ai besoin de comprendre rapidement le concept du site afin de savoir s'il me correspond.	En tant qu'utilisateur, je veux voir les nouvelles sorties de jeux pour découvrir les nouveautés facilement.
j'ai besoin d'en apprendre plus sur l'équipe afin d'avoir confiance dans le site.	j'ai besoin d'une navigation simple pour trouver vite ce que je cherche
j'ai besoin de voir rapidement les jeux disponibles afin de comprendre ce que propose le site.	j'ai besoin de pouvoir explorer une liste de jeux et les tester facilement afin de choisir celui qui me plaît
j'ai besoin de recevoir des informations sur le site afin de rester informé.	j'ai besoin d'identifier qui est derrière le site afin d'être rassuré et pouvoir contacter la bonne personne
j'ai besoin de naviguer facilement afin de ne pas me perdre.	j'ai besoin d'échanger avec d'autres utilisateurs afin de partager des conseils et me sentir accompagné
j'ai besoin de jouer sans créer de compte afin de commencer immédiatement.	J'ai besoin de jeux courts pour jouer quelques minutes
j'ai besoin de comprendre le principe des jeux afin de choisir celui qui me convient.	J'ai besoin de pouvoir jouer facilement sur tablette
j'ai besoin de comprendre ce que les jeux m'apportent.	J'ai besoin d'une interface encore plus lisible
j'ai besoin de savoir ce que je peux faire sur le site afin de commencer	En tant qu'utilisateur, je ne suis pas à l'aise avec le numérique et je veux comprendre comment jouer sans stress.
En tant qu'utilisateur, je veux pouvoir communiquer avec les autres pour échanger pendant l'expérience.	En tant qu'utilisateur, je veux pouvoir parler à mes amis pendant que je joue pour garder le lien.
En tant qu'utilisateur, je veux pouvoir jouer à plusieurs	En tant qu'utilisateur, j'ai des difficultés de vue et je veux mieux lire l'interface.
En tant qu'utilisateur, je veux que mes résultats soient sauvegardés pour ne pas perdre mes parties.	En tant qu'utilisateur, je peux oublier mon mot de passe et je veux pouvoir le récupérer facilement.
En tant qu'utilisateur, je veux voir un classement pour me motiver et comparer mes scores.	En tant qu'utilisateur, je veux pouvoir changer mon nom d'utilisateur.



# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## BOUQUET DE MOTS



- Compose un mot avec les lettres.
- Valide et observe les indices.
- Ajuste tes essais pour te rapprocher.
- Ton but est de trouver le mot caché.
- Chaque mot tente te donne des indices.
- Observe les lettres validées ou récurrentes.
- Parfois, change juste l'ordre des lettres.

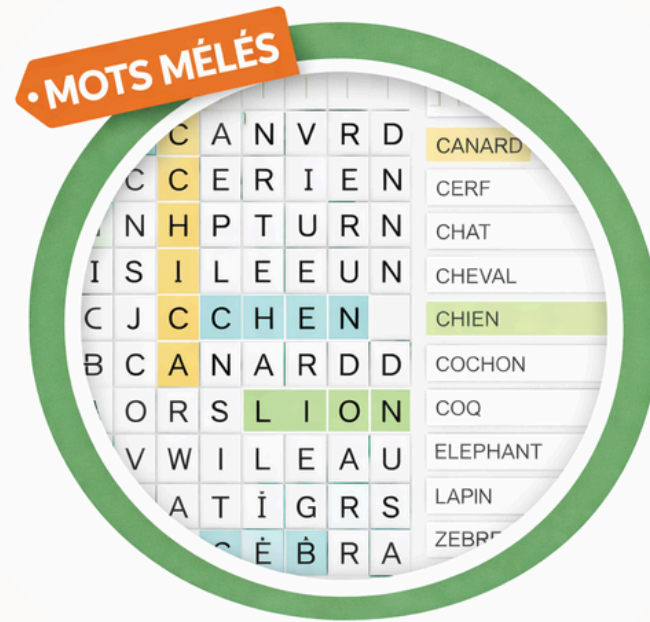
SEAU|

Mots trouvés		3/6
<input checked="" type="checkbox"/> ROSEAU	<input checked="" type="checkbox"/> SAUTE	
<input checked="" type="checkbox"/> TOURE		

Ce jeu stimule le langage et la mémoire lexicale des seniors tout en restant accessible, ce qui favorise leur concentration, leur confiance cognitive et le plaisir de réussir des défis adaptés.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## CHASSE AUX LETTRES



N R U O É C H I E N È T C C H  
Z O C E R F L O V H H U O C L  
C I C R E F A R I G É O A Q O  
R I A G P O U L E L D C P N G  
C N S I N E C E S T O C F I P  
H É G T R V H I L C A N A R D  
E N N B A C N U H A P R P E T  
V L È S A G N O A L P U R E N  
A Z R V E N N Q C H E I O C A  
L U E O E D O O H S L R N L H  
O R É R I C R O A R I H O U P  
L R S O V S L A T H O R T R É  
N E R È G È E U N T N L U C L  
E A H P H U H A A E L I O O É  
E S C R L R V C U È R E M O S

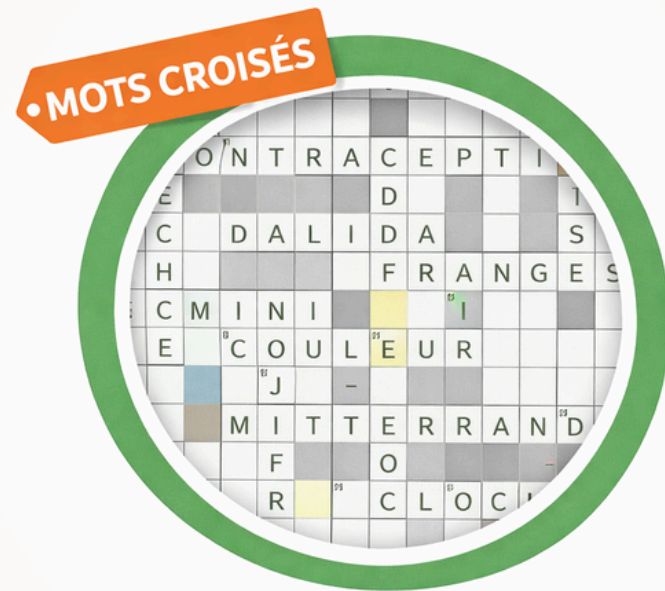
CANARD	LOUP
CERF	MOUTON
CHAT	OISEAU
CHEVAL	OURS
CHÈVRE	POULE
CHIEN	RENARD
COCHON	SINGE
COQ	SOURIS
ÉLÉPHANT	TIGRE
GIRAFE	VACHE
LAPIN	ZÈBRE
LION	

- Parcours la grille et relie les mots.
- Chaque mot trouvé se valide.
- Trouve tous les mots cachés.
- Ils peuvent être horizontaux, verticaux ou diagonaux.
- Commence par les mots longs ou évidents.

Ce jeu stimule l'attention visuelle et la concentration chez les seniors, tout en renforçant la mémoire de repérage et en procurant un plaisir de recherche accessible et valorisant.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## GRILLE A GOGO



- Sélectionne une définition et écris.
- Flèches pour avancer, retour pour corriger.
- Complète toute la grille.
- Commence par les mots courts.
- Utilise les croisements.
- Change de zone si tu bloques.
- Attention au singulier/pluriel et noms propres.
- Utilise l'aide au besoin.
- Relis la définition.
- Possibilité d'imprimer pour le papier.



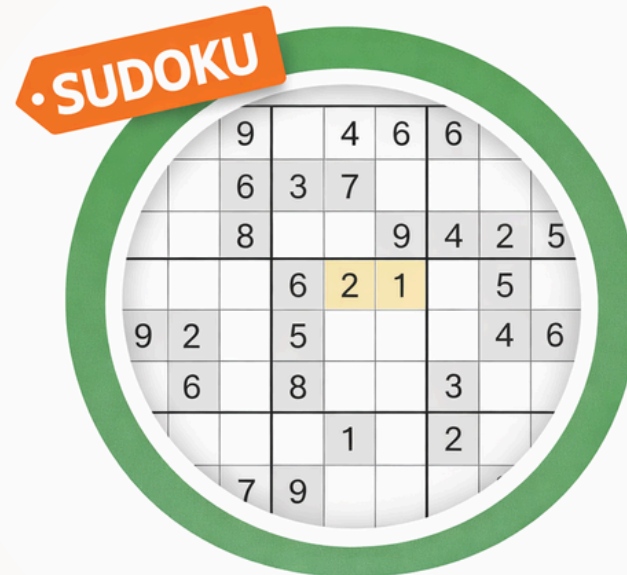
### HORIZONTALEMENT

- 1 Légalisation facilitée dans les années 70
- 6 Chanteuse iconique des années 70
- 7 Mouvement féministe apparu en 1970
- 8 Jupe moins présente que la midi ou maxi
- 9 Détail mode sur les vestes en daim des années 70
- 11 La télévision l'adopte dans les foyers
- 14 Vêtement unisexe emblématique des années 70
- 18 Figure politique majeure des années 70 en France
- 21 Groupe disco emblématique des années 70
- 22 Surnom d'un chanteur emblématique des années 70

Ce jeu sollicite la mémoire sémantique et culturelle des seniors tout en offrant un défi structuré qui stimule le langage, la déduction et le plaisir d'apprendre ou de se souvenir.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## GRILLE NINJA



- Clique sur une case et choisis un chiffre.
- Utilise les candidats pour noter les options.
- Commence par les zones presque complètes.
- Change d'endroit si tu bloques.
- Un chiffre peut débloquer toute la suite.

		9		4		6	7	
		6	3	7				
		8			9	4	2	5
			6	2	1		5	
9	2		5				4	6
	6		8			3		
8				1		2		4
	7		9				6	8
		3					9	

Annuler    Refaire    Indice

Afficher les candidats

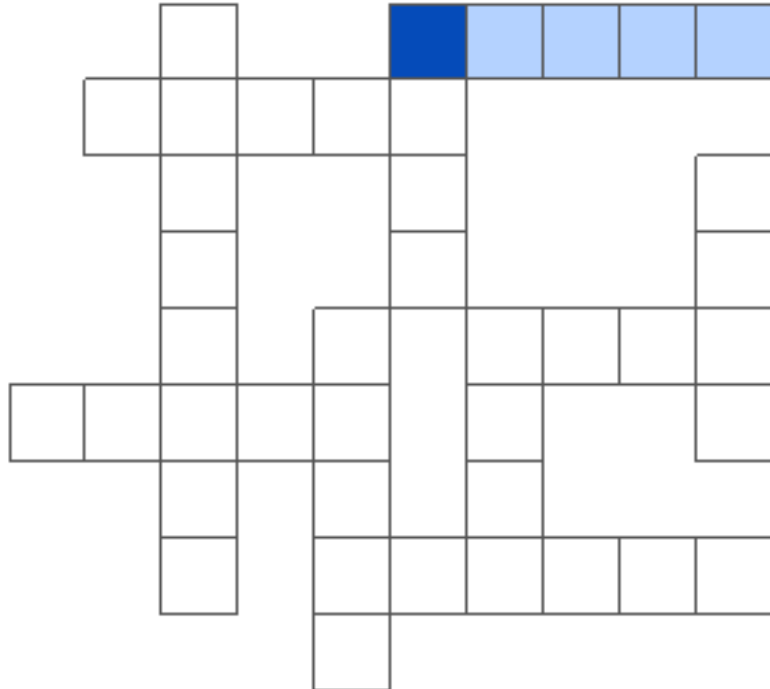
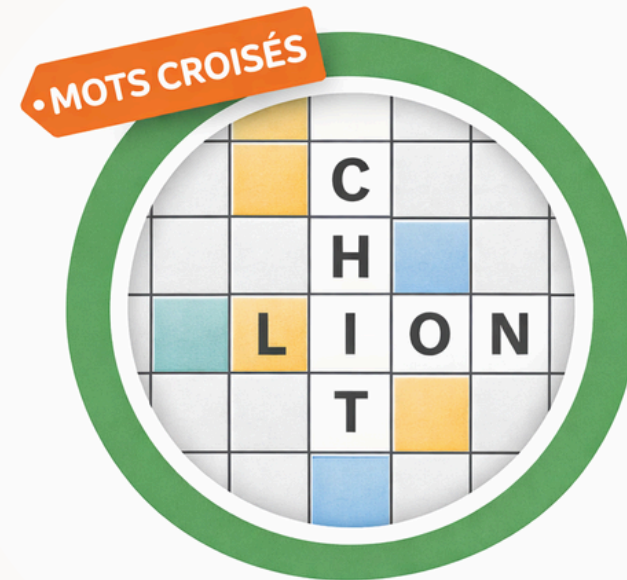
Cellule    Grille

1	2	3	
4	5	6	
7	8	9	

Ce jeu développe le raisonnement logique et la concentration chez les seniors, tout en offrant un défi progressif qui stimule la persévérance et la satisfaction de trouver la bonne solution.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## KROSS EXPRESS



4 -LETTER WORDS	5 -LETTER WORDS	6 -LETTER WORDS
LAMA	CHIEN	RENARD
CERF	TIGRE	<b>8 -LETTER WORDS</b>
CHAT	POULE	PINGOUIN
LION	ZEBRE	

- Sélectionne une case et place un mot.
- Utilise les lettres communes.
- Corrige si une lettre ne correspond pas.
- Commence par les mots longs.

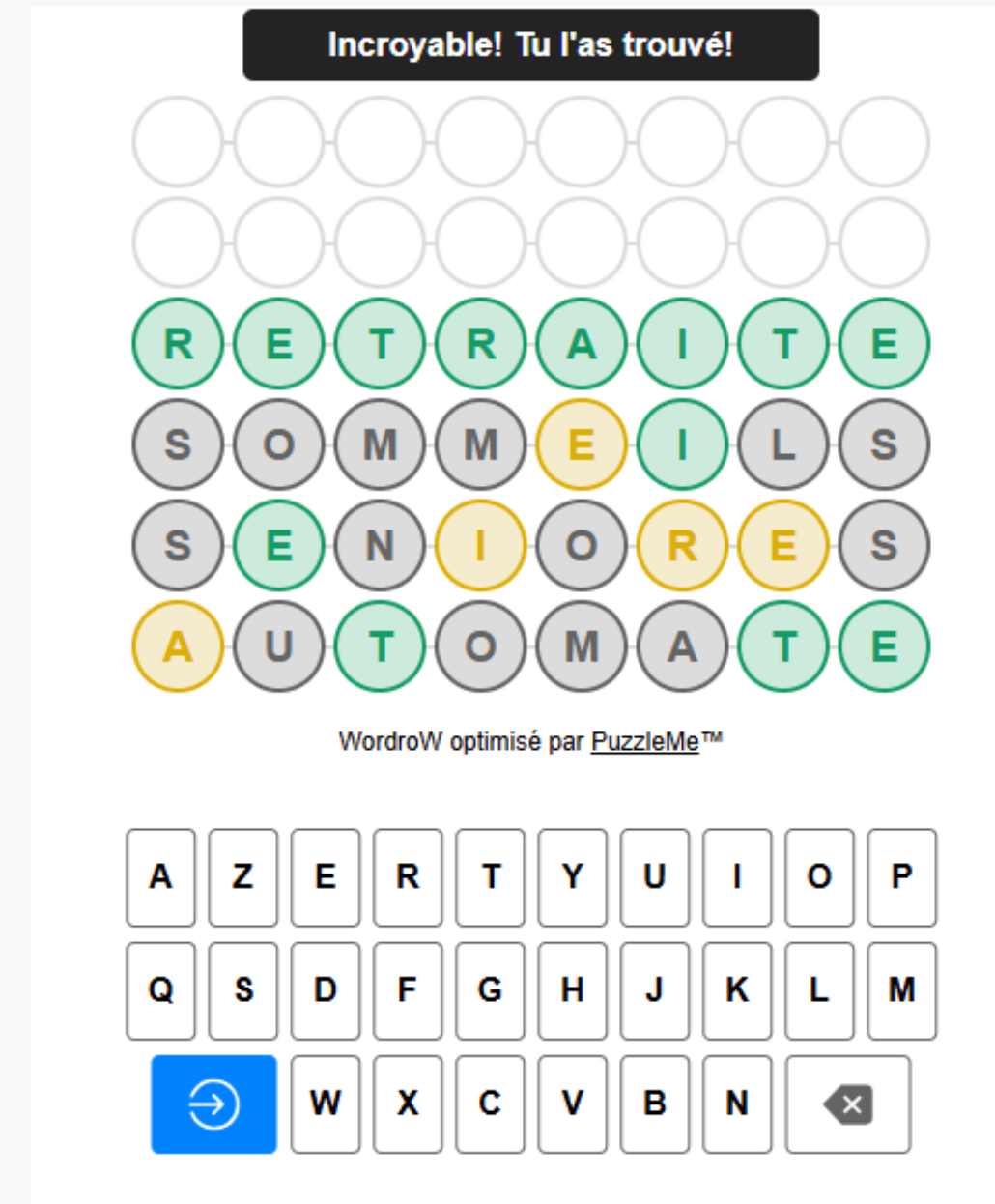
Ce jeu renforce la logique d'association et le repérage visuel chez les seniors, tout en donnant un sentiment de réussite grâce aux mots qui s'imbriquent progressivement.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## MOT CAMELEON



- Tape un mot et valide.
- Orange = bonne lettre au bon endroit.
- Bleu = bonne lettre mal placée.
- Gris = lettre absente.
- Teste d'abord un mot avec plusieurs lettres.
- Réutilise les bonnes lettres, évite les grises.
- Si tu bloques, essaie un mot "test".



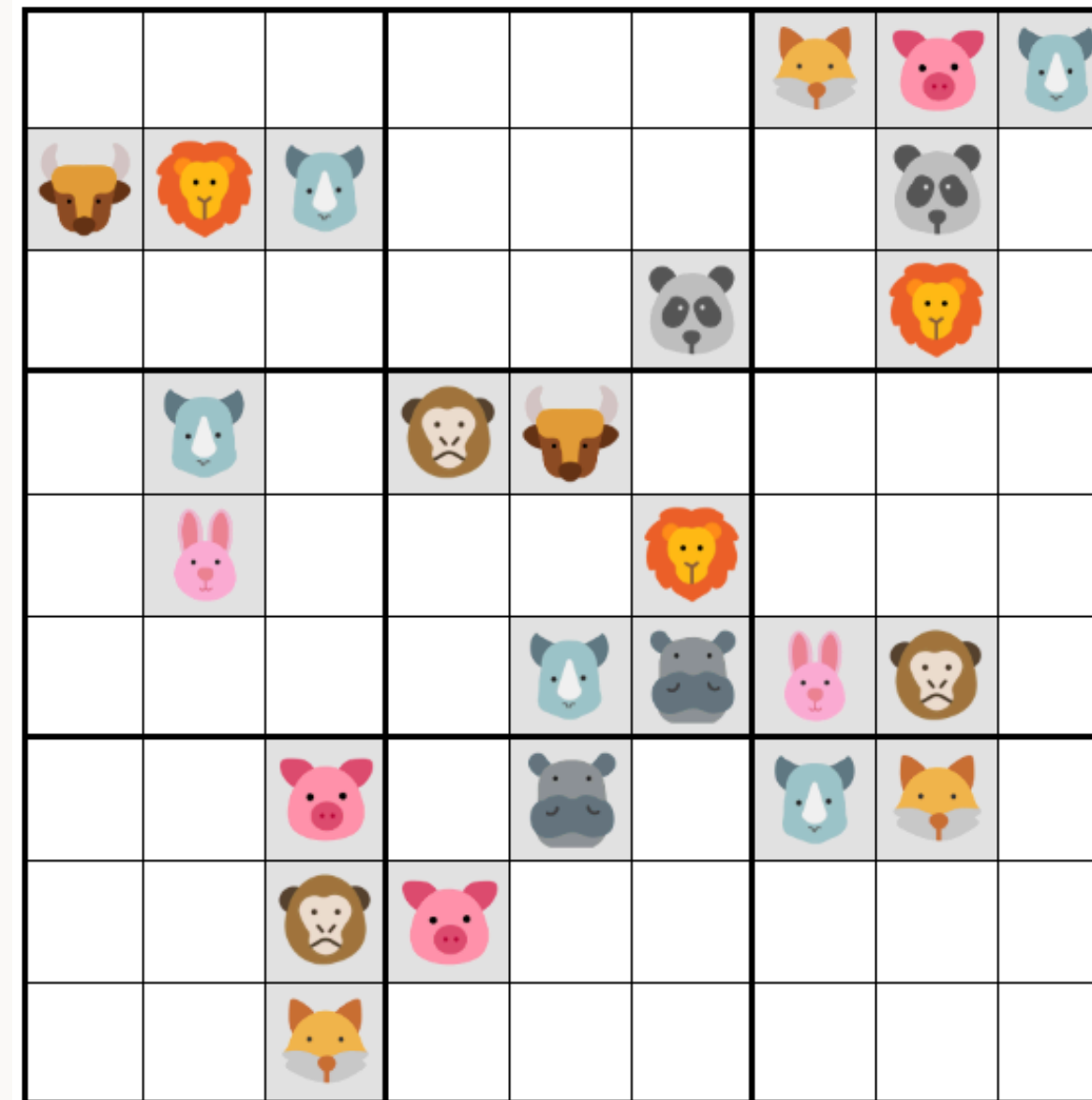
Ce jeu stimule la logique et le langage chez les seniors, tout en donnant un plaisir d'essai-erreur qui valorise la stratégie, la mémoire des lettres et la satisfaction de trouver le mot.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## ZOO PUZZLE



- Clique sur une case et place un animal.
- Un seul animal par ligne, colonne et bloc.
- Utilise les candidats pour voir les options.
- Commence par les zones presque remplies.
- Élimine les animaux déjà présents.
- Utilise l'indice si tu bloques.
- Annule ou refais si besoin.



Ce jeu stimule la logique et le langage chez les seniors, tout en donnant un plaisir d'essai-erreur qui valorise la stratégie, la mémoire des lettres et la satisfaction de trouver le mot.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## QUIZ QUI PIQUE



- Choisis la bonne réponse.
- Passe à la question suivante pour améliorer ton score.
- Lis la question jusqu'au bout avant de répondre.
- Élimine les réponses impossibles.
- Prends quelques secondes pour réfléchir.
- Si tu te trompes, tu apprends pour la suivante.

1 2 3 4 5 6 7 8

En quelle année l'élection du Président de la République française au suffrage universel direct a-t-elle été instituée ?

1962	1958
1981	1946

Suivant

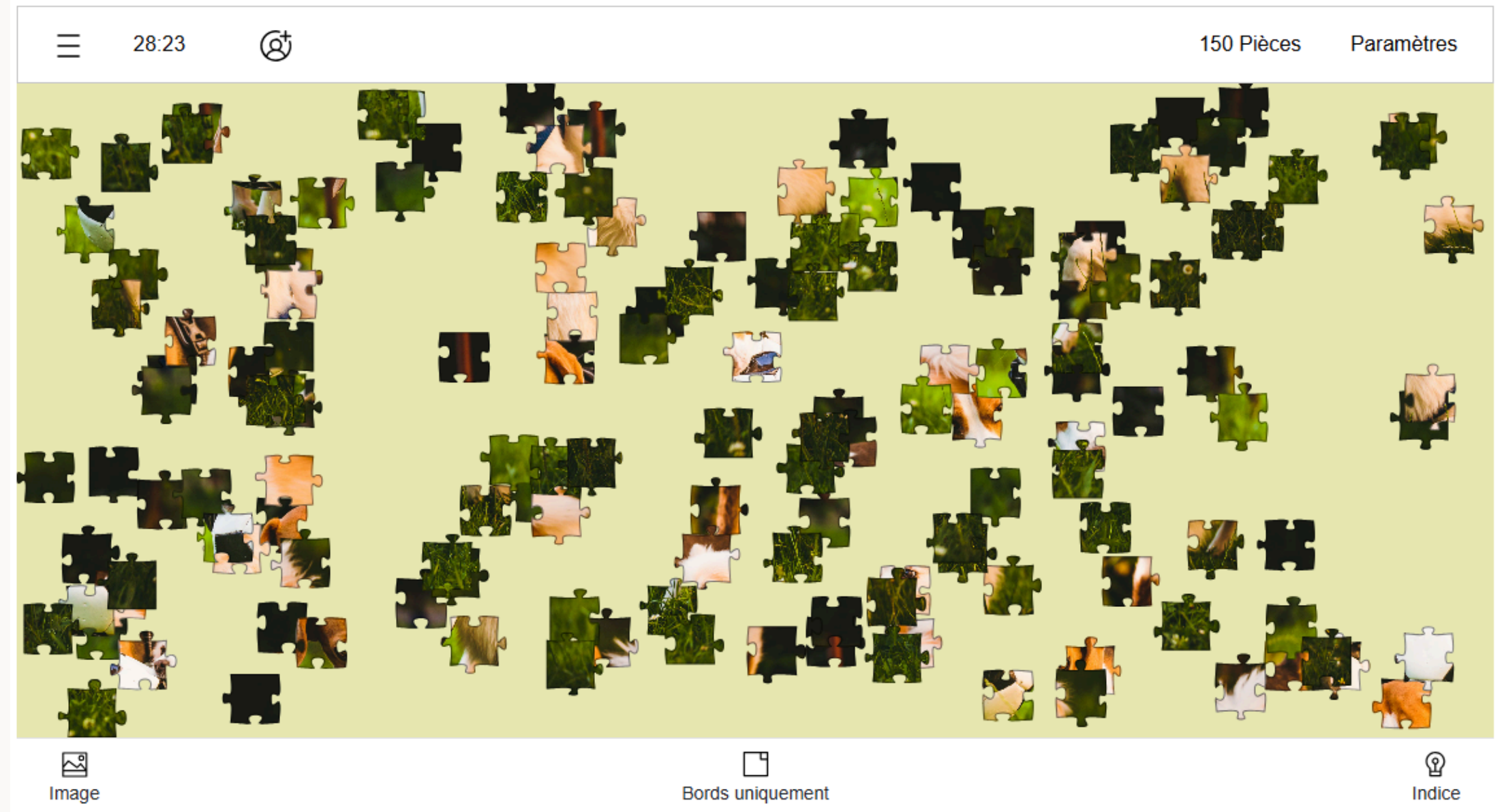
Ce jeu réactive la mémoire et les connaissances des seniors tout en douceur, et transforme la culture générale en moment ludique où l'on apprend autant qu'on se teste.

# LISTE DES SERVICES PROPOSÉS SUR LE SITE

## PUZZLE



- Cliquez-glissez pour déplacer une pièce.
- Les pièces s'emboîtent si elles correspondent.
- Affichez l'image de référence si besoin.
- Commencez par les bords.
- Triez par couleurs et motifs.



Ce jeu travaille la perception visuelle et la coordination chez les seniors, tout en offrant un moment apaisant où l'on construit l'image pièce par pièce.

# MAIL DE PROMOTION

The image shows a Gmail interface with a promotional email from UNiVO. The email subject is "OBJET : JOUER EN LIGNE ET GARDER L'ESPRIT EN FORME". The sender is UNiVO@NOREPLY.COM. The email content features the UNiVO logo and a description of the platform as a place to play online games designed for seniors. It lists benefits such as simple and familiar games, an accessible interface, no mandatory competition, and a social environment. A section titled "Pourquoi essayer UNiVO ?" lists these benefits with checkmarks. Below this, there are sections for "Nos jeux du moment" (Puzzle, Wordle, Mots croisés) and "Pour jouer, c'est très simple" (three steps: create account, choose game, play). A "Une activité au quotidien" section mentions creating weekly gaming appointments. At the bottom, there is a "UNiVO" logo, a "Offre découverte" (discovery offer) with "Inscription gratuite — accès immédiat" (free registration — immediate access) and "Pas de carte bancaire, pas d'engagement" (no bank card, no commitment), and a "Je découvre UNiVO" button.

**Gmail** Rechercher dans les messages

Nouveau message

Boîte de récepti... 3593

Messages suivis

En attente

Messages envoyés

Brouillons 23

Achats 154

Plus

Illés +

Unwanted

OBJET : JOUER EN LIGNE ET GARDER L'ESPRIT EN FORME

UNiVO@NOREPLY.COM [Se désabonner](#)

3 sur 762

lun. 19 janv. 18:46 (il y a 17 heures)

**UNiVO**

Découvrez UNiVO, la nouvelle plateforme de jeux en ligne spécialement pensée pour les seniors. Un moment de détente, de convivialité et de stimulation cognitive, directement depuis chez vous.

**Pourquoi essayer UNiVO ?**

- ✓ Jeux simples et familiers (cartes, dominos, quiz, mémoire)
- ✓ Interface accessible et adaptée
- ✓ Pas de compétition obligatoire
- ✓ Moments de convivialité entre joueurs
- ✓ Idéal pour garder l'esprit en forme

Des classiques que l'on aime retrouver, sans prise de tête.

**Nos jeux du moment**

Puzzle Wordle Mots croisés

Des classiques que l'on aime retrouver, sans prise de tête.

**Pour jouer, c'est très simple**

- 1 Je crée mon compte gratuitement
- 2 Je choisis un jeu
- 3 Je joue seul ou avec d'autres joueurs, selon mes envies

**Une activité au quotidien**

UNiVO permet de créer de petits rendez-vous ludiques dans la semaine. Un moment pour se divertir, échanger, apprendre... et passer du bon temps.

**UNiVO** **Offre découverte**

Inscription gratuite — accès immédiat  
(Pas de carte bancaire, pas d'engagement)

Au plaisir de vous retrouver sur UNiVO, [Je découvre UNiVO](#)

# UN MAIL D'INFORMATION EN LIEN AVEC LE PARCOURS CLIENT

Bonjour,

Merci pour votre inscription sur **UNIVO**.

Afin de finaliser la création de votre compte, merci de **confirmer votre adresse email** en cliquant sur le lien ci-dessous :

<https://web57.tcparisnanterre.fr/>

Si vous n'êtes pas à l'origine de cette inscription, vous pouvez ignorer ce message.

À très bientôt,

The logo for UNiVO, featuring the word "UNiVO" in a stylized, blocky font. The letters "UN" and "VO" are in a dark green color, while the letter "i" is in a bright orange color.

L'équipe UNIVO

# SEO + BACKLINKS

Objectif global : augmenter la visibilité organique + capter une audience qualifiée (senior + aidants) + rassurer + convertir.

## AXES SEO :

Mots-clés & intentions (informationnelles / navigationnelles / transactionnelles) pour couvrir le parcours complet

Optimisation on-page : titres, méta-descriptions, ALT, CTA, maillage interne + contenu pédagogique adapté aux seniors

Backlinks & netlinking : partenariats (EHPAD, associations, médias seniors, CCAS, aidants) + contenus utiles pour crédibiliser et améliorer l'autorité

Optimisation technique : vitesse + mobile-friendly + HTTPS + indexabilité (sitemap + robots.txt) pour confort d'usage senior

Social & éditorial : Facebook/YouTube priorisés pour rassurer + créer du trafic + tutoriels + contenu intergénérationnel

## BÉNÉFICES :

trafic organique durable, confiance, notoriété, coût d'acquisition décroissant.

# SEA

Rôle du SEA : soutenir le lancement, générer des inscriptions, faire connaître UNIVO + capter décideurs institutionnels

## PLATEFORMES ACTIVÉES :

- Google Ads (Search + Display) → intention + notoriété
- Meta Ads (Facebook) → cible senior + émotion + pédagogie

- YouTube Ads → vidéos courtes + transmission émotionnelle
- LinkedIn Ads → ciblage BtoB (EHPAD/CCAS)

## CAMPAGNES SEA :

Isolement / lien social → notoriété

Jeux & plateforme seniors → conversions

BtoB institutions → leads qualifiés

## BUDGET PRÉVISIONNEL :

Google 50% / Meta 20% / Display+YouTube 20% / LinkedIn 10%

## BÉNÉFICES :

acquisition rapide + ciblage précis + support du SEO + apprentissage marché.

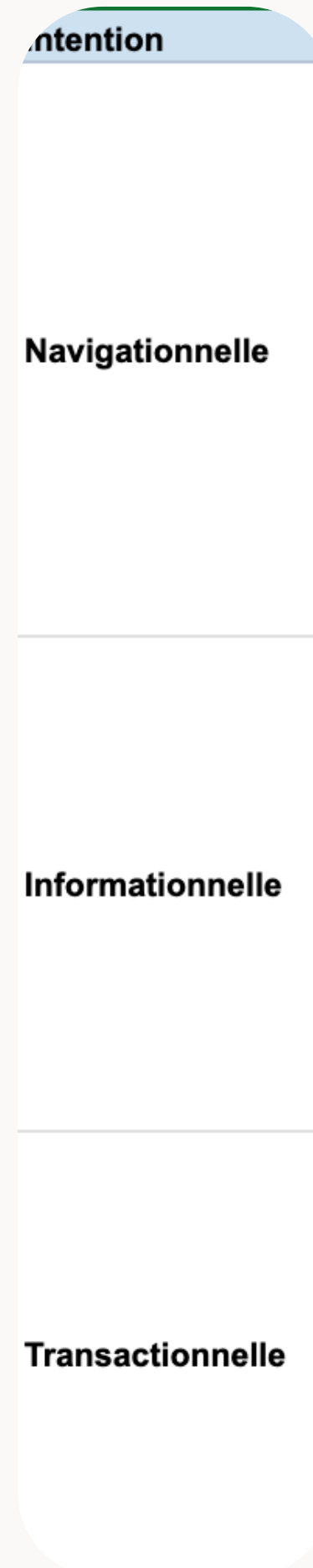
# KEYWORDS



# RESEARCH

Une attention particulière a été portée aux expressions **longues** afin de capter des recherches **plus qualifiées**, considérées comme **moins concurrentielles** et **plus proches** des besoins réels des utilisateurs et de leurs proches.

Cette stratégie permet à la fois d'**améliorer la visibilité** du projet UNIVO sur les moteurs de recherche et de **renforcer la cohérence** entre le positionnement « senior-first », la proposition de valeur axée sur le **lien social** et les **objectifs de conversion**, notamment auprès des particuliers et des acteurs institutionnels (EHPAD).



## Hierarchisation

### Principaux :

- plateforme jeux pour seniors
- site de jeux seniors
- jeux en ligne seniors

### Secondaires :

- application seniors lien social
- silver tech seniors
- jeux en ligne sans stress seniors
- jeux seniors sans compétition
- jeux intergénérationnels en ligne

### Principaux :

- isolement des seniors
- lutter contre isolement seniors
- prévention isolement personnes âgées

### Secondaires :

- bien vieillir numérique
- lien social seniors
- activités pour seniors à domicile
- stimulation cognitive seniors

### Principaux :

- abonnement plateforme seniors
- solution numérique ehpad
- logiciel ehpad

### Secondaires :

- outil lien social seniors
- prévention isolement personnes âgées
- activités collectives seniors numériques

# OPTIMISATION OFF-PAGE

Les réseaux sociaux constituent un levier essentiel pour développer la notoriété d'UNIVO, instaurer un climat de confiance auprès des seniors et générer un trafic qualifié vers la plateforme. Notre stratégie vise à informer, rassurer et accompagner, tout en favorisant le lien intergénérationnel entre seniors et aidants.

## STRATÉGIE DE RÉSEAUX SOCIAUX



Nous utilisons les réseaux sociaux pour gagner en visibilité, rassurer les seniors et générer du trafic qualifié vers UNIVO, en ciblant à la fois les seniors (simplicité, plaisir, confiance) et les aidants/enfants (partage, intergénérationnel).


Nous privilégions Facebook (groupes locaux, pages d'associations, CCAS/mairies, événements) pour toucher directement notre cœur de cible, YouTube pour publier des tutoriels très simples et rassurants, et Instagram/TikTok seulement en relais de formats courts, à condition de garder un ton très pédagogique.

## PLATEFORMES PRIORITAIRES



Facebook est prioritaire car il concentre le public senior et facilite les relais locaux (groupes de ville, associations, résidences seniors). YouTube sert à construire la confiance avec des vidéos "pas à pas" (comment jouer, comment cliquer, comment s'inscrire). Instagram/TikTok peuvent apporter de la portée via des démonstrations rapides, mais l'objectif reste de ramener vers UNIVO avec des liens en bio, des stories et des posts partageables.

## LIGNE ÉDITORIALE (CONTENUS À PUBLIER)

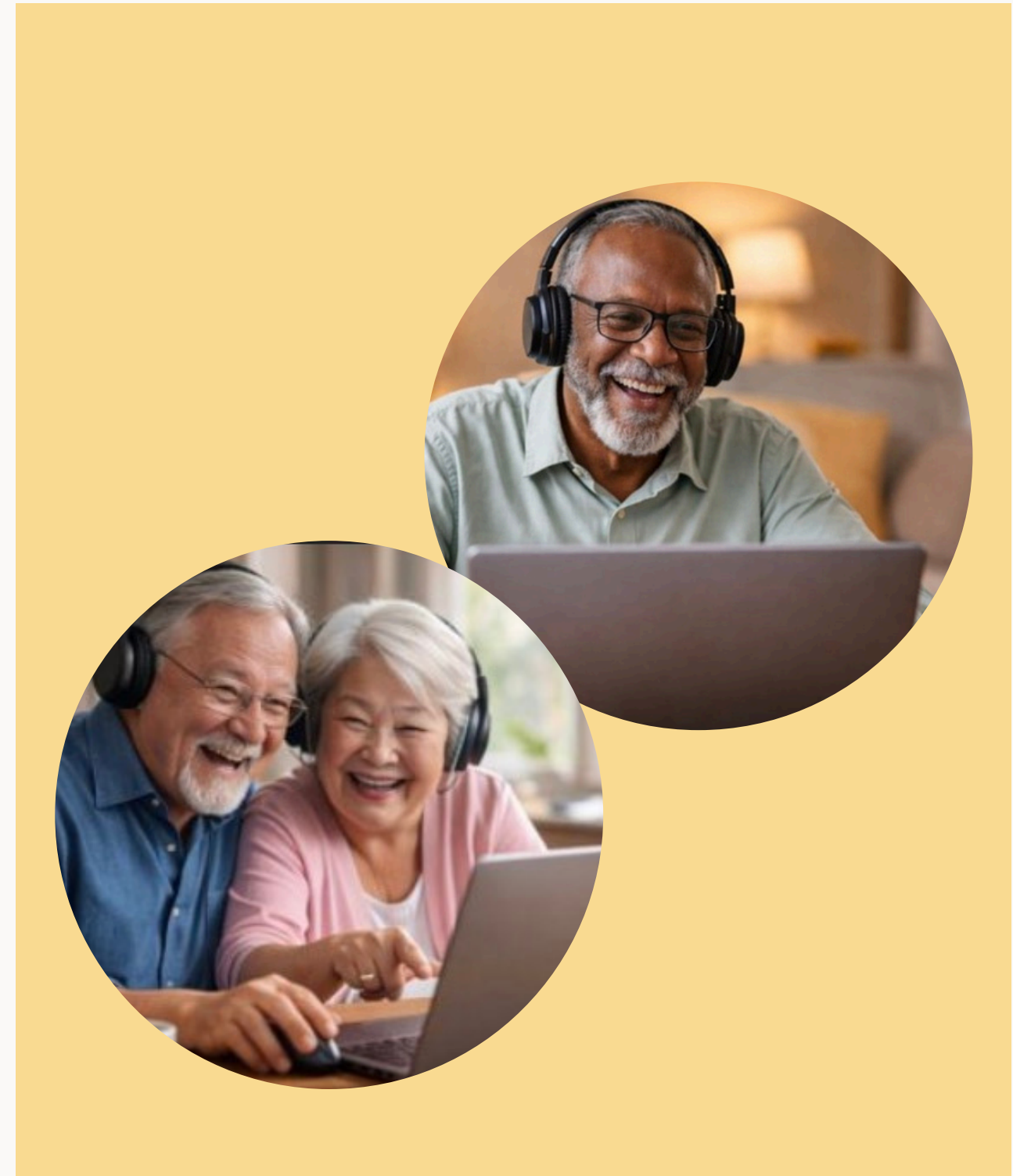


Le contenu doit être répétable et utile : "Jeu du jour" avec lien direct, mini défis hebdomadaires, astuces, témoignages ou retours d'expérience, et contenus intergénérationnels (jouer avec ses enfants/petits-enfants). Chaque publication doit avoir un objectif clair et un appel à l'action simple ("Tester 5 minutes", "Jouer maintenant").

# SITE INTERNET

## NOS OBJECTIFS

- FAVORISER LE LIEN SOCIAL GRÂCE AU JEU
- STIMULER LA MÉMOIRE ET LES CAPACITÉS COGNITIVES PAR DES JEUX ADAPTÉS
- PROPOSER UNE UTILISATION SIMPLE ET ACCESSIBLE POUR TOUS
- OFFRIR UN ENVIRONNEMENT RASSURANT ET SÉCURISÉ
- OFFRIR UN SITE MODERNE TOUT EN RESTANT SIMPLE, CLAIR ET ACCESSIBLE POUR NOTRE CIBLE



CONCLUSION

UNiWARD

Merci !