

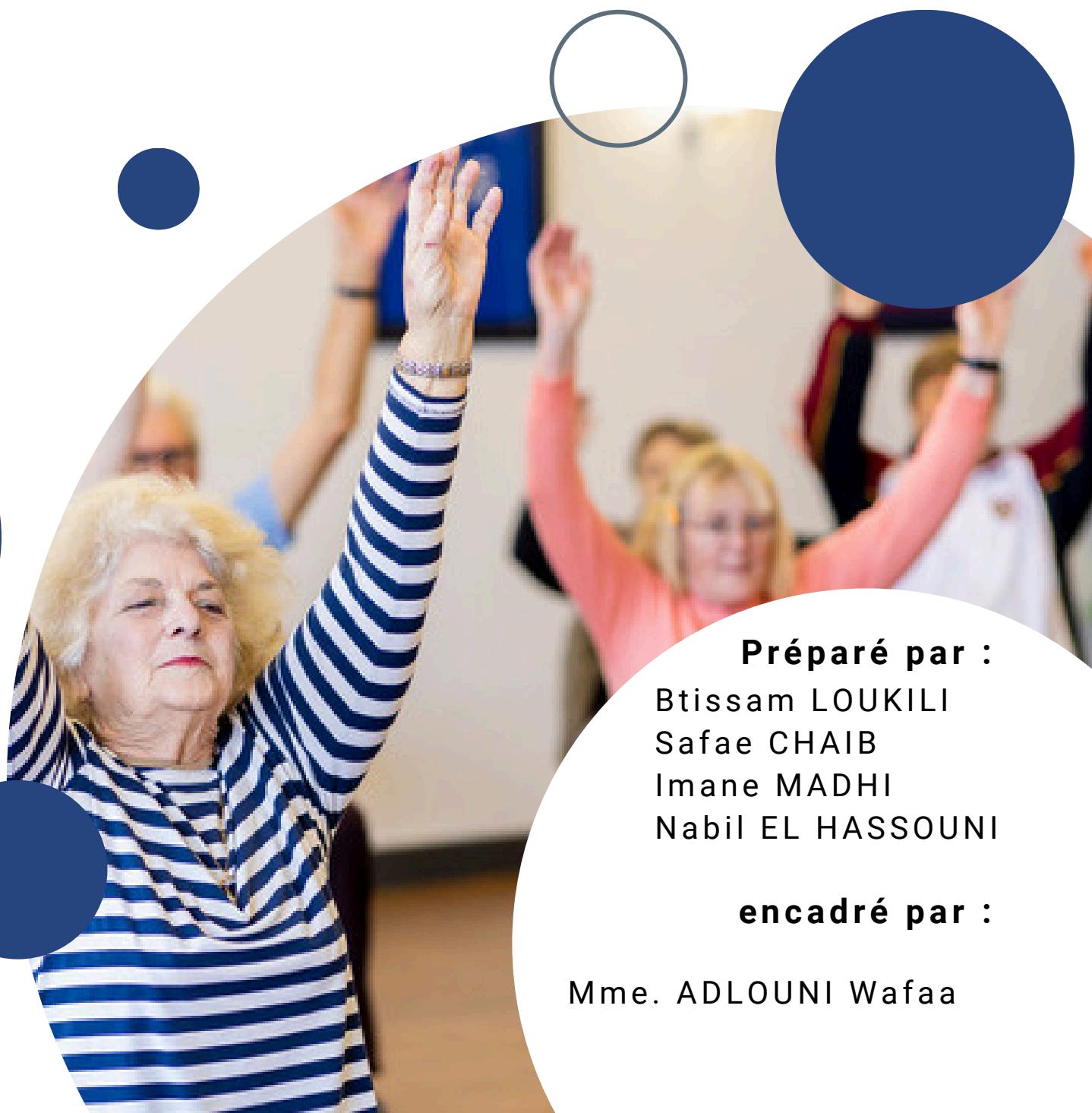


VITA SENIOR

جامعة بن طاف
Université
ENCG KENITRA

VITA SENIOR

BUSINESS PLAN



Préparé par :
Btissam LOUKILI
Safae CHAIB
Imane MADHI
Nabil EL HASSOUNI

encadré par :
Mme. ADLOUNI Wafaa



Plan

01	Introduction	3
02	Raisons et motivations de la mise en place du projet.....	4
03	Description du projet	5
04	Membres de l'équipe.....	7
05	Etude de marché.....	9
06	Marketing stratégique.....	15
07	Marketing opérationnel.....	20
08	Plan financier.....	28
09	Conclusion.....	31



REMERCIEMENTS

Avant de débuter notre rapport de recherche, nous tenons à exprimer notre reconnaissance envers ceux qui ont contribué à la réussite de ce projet. Tout d'abord, nous souhaitons remercier chaleureusement notre enseignante, Madame EL ADLOUNI Wafaa, pour son aide efficace, ses conseils précieux, ses encouragements constants et sa bienveillance tout au long de l'élaboration de ce rapport. Sa présence et son soutien indéfectibles ont été déterminants pour mener à bien notre travail.

introduction

Le présent projet présente notre idée de création d'un site web nommé « VITA SENIOR » qui est destiné en premier lieu aux retraités.

Vita Senior est une plate-forme en ligne qui vise à répondre aux besoins des retraités en matière d'information, de communication et de loisirs.

Ce rapport comprend plusieurs sections, qui vont de la présentation générale de l'idée de projet, à l'étude de marché, en passant par les services et produits proposés, la stratégie marketing et les projections financières. Nous croyons fermement que Vita senior sera une plateforme web utile et pratique pour les retraités, qui leur permettra de se connecter, de se divertir et de s'informer. Dans les sections suivantes, nous allons explorer plus en détail notre projet, en fournissant des analyses et des projections détaillées pour soutenir notre plan d'entreprise. Nous espérons que ce rapport sera utile pour tous les lecteurs intéressés par notre projet et que nous pourrons réaliser ensemble ce projet ambitieux.

RAISONS ET MOTIVATIONS DE LA MISE EN PLACE DU PROJET

Notre raison profonde de la réalisation de ce projet est de satisfaire un besoin d'accomplissement personnel, de se sentir utile dans notre société; à travers la mise en place d'une plateforme dédiée aux retraités qui va leur permettre de trouver quoi faire dans leur passe-temps, leur proposer et programmer des activités sportives, culturelles, de loisirs etc... avec des prix attractifs.

Motivations	Description
La passion	Entreprendre, c'est notre passion, et on veut faire de notre passion notre quotidien.
La liberté	Nous souhaitons créer une entreprise qui respecte nos valeurs et réponde à nos besoins afin de nous permettre travailler en paix avec nous-même.
Le devoir sociétal	Les choses doivent changer et nous savons comment les changer. On a le devoir d'agir pour aider notre société.
La création d'emploi	Créer une dynamique permettant de favoriser les partenariats et la création d'emplois.

DESCRIPTION DU PROJET

Nous sommes un groupe d'étudiants qui a décidé de créer un site pour les retraités car nous avons constaté que nos grands-parents et parents s'ennuyaient souvent et se sentaient seuls. Nous avons travaillé ensemble pour créer une plateforme appelée VITA SENIOR qui permet aux seniors de trouver des activités qui leur conviennent, adaptées à leurs centres d'intérêt et à leurs besoins.

Notre objectif est de créer une communauté inclusive et bienveillante pour les personnes âgées, où elles peuvent se connecter avec d'autres personnes de leur âge et participer à des activités qui stimulent leur esprit et leur corps. Nous avons travaillé dur pour offrir une variété d'activités, allant des sorties culturelles aux cours de cuisine, en passant par les jeux de société.

Nous avons également travaillé avec des professionnels pour créer des activités instructives et éducatives qui favorisent la croissance personnelle des seniors. Nous avons conçu notre plateforme de manière conviviale et facile à utiliser pour que tous les seniors puissent y accéder facilement, quel que soit leur niveau de compétence technologique.

Avec VITA SENIOR, nous espérons contribuer à créer une société plus inclusive et bienveillante pour les personnes âgées, où chacun peut s'épanouir avec de véritables échanges entre générations et communautés. Nous sommes fiers de notre travail et de l'impact positif que nous avons eu sur la vie de nombreuses personnes âgées grâce à notre plateforme.

Notre site vita senior



Vita Senior est une entreprise personnelle qui aide les personnes âgées à mener une vie plus saine et plus active. Nous proposons une gamme de services, notamment des services de santé physique et mentale, la planification de la nutrition et des repas, ainsi que des activités récréatives. Notre objectif est de donner aux personnes âgées les outils dont elles ont besoin pour mener une vie dynamique et épanouissante.

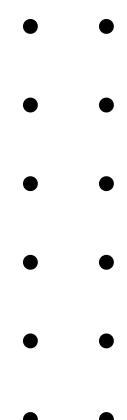


Vita Senior: Care for All.

Vita Senior is a comprehensive care service for seniors, providing personalized care and support for all their needs. Our team of experienced care professionals are here to ensure that your loved one has the highest quality of life possible, from physical and mental health to day-to-day tasks. We provide personalized care plans tailored to individual needs, with tailored home care, assisted living, and respite services for seniors. We also offer family consultations, caregiver support, and social activities to ensure that seniors feel connected and supported. Our mission is to provide the highest quality of care for seniors, allowing them to live happy, healthy, and fulfilling lives.

Vita Senior: Caring for You

Vita Senior: Caring for You is a personalized service designed to provide elderly individuals with the support and care they need to remain independent and healthy. Our experienced staff provides companionship and assistance with activities of daily living such as shopping, meal preparation, transportation, and more. We make sure that each of our clients is safe, comfortable, and well taken care of. We strive to make sure that every elderly person we serve feels valued, respected, and supported.



LES MEMBRES DE L'ÉQUIPE

VITA SENIOR



BTISSAM LOUKILI

Responsable communication



SAFAE CHAIB

Responsable commerciale



IMANE MADHI

Responsable marketing



NABIL EL HASSOUNI

Responsable financier

PARCOURS PROFESSIONNEL ET FORMATION



Btissam
LOUKILI



Nabil
EL HASSOUNI

BTS gestion des PME/PMI
Licence marketing et commerce
M1 en marketing et commerce international à l'ENCG Kénitra

DUT en finance banque et assurance
Licence marketing et commerce
M1 en marketing et commerce international à l'ENCG Kénitra



Safae CHAIB

DUT en technique et management
Licence marketing et commerce
M1 en marketing et commerce international à l'ENCG Kénitra



Imane MADHI

Licence marketing et commerce
M1 en marketing et commerce international à l'ENCG Kénitra



Etude de marché

Notre plateforme « Vita senior .ma » vise le marché marocain, en commençant par la région de Rabat-Salé-Kénitra et la région de Béni mellal-Khenifra et on ciblera la région de Fès-Meknès

Nos clients principaux sont les retraités de la région de Rabat-Salé-Kenitra, la région de Béni Mellal-Khenifra et la région de Fès-Meknes.

On peut les segmenter en 3 catégories selon l'âge



La première catégorie regroupe les seniors âgés de 50 à 60 ans qui ont anticipé leur retraite. Ils sont souvent en pleine forme physique et mentale et cherchent à profiter de leur temps libre pour découvrir de nouvelles activités et vivre de nouvelles expériences.



La deuxième catégorie regroupe les seniors âgés de 60 à 75 ans, qui sont déjà à la retraite. Ils ont plus de temps libre pour se consacrer à des activités qui leur plaisent et cherchent souvent à maintenir leur forme physique et mentale.

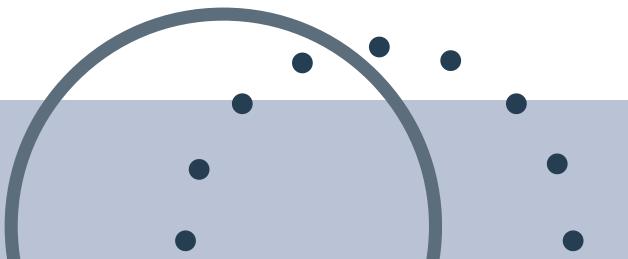
En segmentant notre clientèle de cette manière, nous pourrons adapter notre offre de services pour répondre aux besoins et aux attentes spécifiques de chaque groupe d'âge. Par exemple, nous pourrions proposer des activités adaptées à la forme physique et mentale des seniors de plus de 75 ans, ou encore des services de soutien technique plus approfondis pour les seniors de la première catégorie qui peuvent être moins à l'aise avec la technologie.

Les concurrents direct et indirect

Notre projet est nouveau et innovant au Maroc, ce qui signifie qu'il n'y a pas de concurrence directe pour le moment.

Cependant, il est important de noter que d'autres entreprises offrent des services similaires à l'ensemble des clients marocains, ce qui peut représenter une concurrence indirecte pour nous.

Par exemple, les salles de sport pourraient être considérées comme une concurrence indirecte pour nos sorties sportives, car elles offrent également des services similaires. De même, les projets de tourisme qui offrent des voyages organisés pourraient également être considérés comme une concurrence indirecte pour nos sorties culturelles.



Analyse PESTEL

Politique	Économique	Socioculturel
<p>Avantages fiscaux pour les entreprises opérant dans des régions spécifiques, ce qui peut être bénéfique pour notre entreprise dans les régions rabat-sale-Kenitra ; la région de bénimellal-khenifra et région de fes-meknes</p> <p>Politiques gouvernementales en matière de tourisme, de sport et de culture, qui peuvent avoir un impact sur votre entreprise et vos offres de services</p>	<p>Les régions ciblées ont une économie diversifiée, avec un secteur industriel et agricole développé, ainsi que des activités commerciales et touristiques.</p> <p>Le niveau de revenu des habitants varie d'une région à l'autre, ce qui peut influencer leur capacité à acheter nos services.</p>	<p>Les régions ciblées ont une population mixte, avec des différences culturelles et linguistiques</p> <p>Les habitants de ces régions sont souvent intéressés par les activités culturelles, sportives et de loisirs.</p>
Technologique	Écologique	Légal
<p>Les technologies de l'information et de la communication sont largement utilisées dans les régions ciblées, ce qui peut être bénéfique pour notre entreprise en termes de marketing et de communication avec les clients</p> <p>Les technologies de pointe sont également disponibles dans ces régions, ce qui peut être bénéfique pour notre entreprise en termes d'innovation et de développement de nouveaux services</p>	<p>Les régions ciblées ont une diversité écologique importante, avec des montagnes, des plaines et des zones côtières</p> <p>Les activités touristiques peuvent avoir un impact sur l'environnement, ce qui nécessite une gestion environnementale responsable de la part de notre entreprise</p>	<p>Les lois et réglementations liées aux entreprises et au tourisme varient d'une région à l'autre, ce qui peut nécessiter une adaptation de nos offres de services et de nos stratégies marketing</p> <p>Les réglementations sur la santé et la sécurité sont importantes dans l'industrie du tourisme et peuvent influencer nos activités et nos offres de services.</p>

AVANTAGES CONCURRENTIELS :

Les principaux facteurs de différenciation :



- **Expertise**

Une équipe de professionnels qualifiés et expérimentés dans la conception d'activités pour les seniors, nous pouvons nous démarquer en offrant des activités de haute qualité qui répondent aux besoins spécifiques de cette population.

- **Offre diversifiée**

En proposant une large gamme d'activités pour les seniors, nous pouvons offrir une expérience complète qui répond aux besoins et aux intérêts de notre public cible. Cela peut nous aider à fidéliser notre clientèle et à attirer de nouveaux clients.

- **Plateforme en ligne**

En proposant des activités en ligne, nous pouvons toucher une clientèle plus large et offrir des activités accessibles à tous, même aux seniors ayant des difficultés à se déplacer. Cela peut également nous aider à atteindre des clients en dehors de notre région géographique.

- **Originalité**

Notre plateforme est la première à offrir ce genre de services dans le marché cela nous donne un avantage concurrentiel important. En offrant des activités spécifiquement conçues pour les seniors, nous nous démarquons des autres plateformes qui proposent des activités plus généralistes.

- **Accessibilité**

Nos prix sont abordables et que nous offrons des activités adaptées aux personnes à faible revenu, nous pouvons nous démarquer de nos concurrents qui peuvent être plus chers ou offrir des activités moins adaptées aux budgets limités.

STADE DE MISE EN POINT

1. PLANIFICATION :

- o Définir l'objectif du projet : aider les seniors à rester actifs et socialement engagés.
- o Effectuer une recherche de marché : analyser le marché et la concurrence pour proposer des activités adaptées aux besoins des seniors et se démarquer de la concurrence.

2. CONCEPTION :

- o Définir les activités proposées : proposer des activités sportives, artistiques, sociales ou culturelles qui répondent aux besoins physiques et mentaux des seniors.
- o Concevoir l'interface utilisateur : créer une interface simple, claire et intuitive pour faciliter la navigation sur le site.

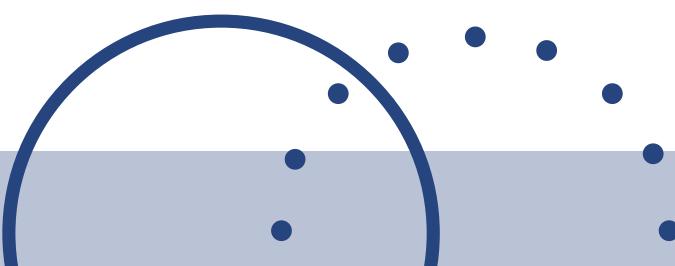
3. TESTS ET VALIDATION :

- o Tester le site : vérifier si le site est convivial, facile à naviguer et répond aux besoins des utilisateurs, y compris les seniors.
- o Évaluer et optimiser le site : suivre les performances du site et l'expérience utilisateur, en prenant en compte les commentaires des utilisateurs, pour l'optimiser et le faire évoluer au fil du temps.



4. LANCEMENT ET SUIVI :

- o Lancer le site : rendre le site accessible au public en utilisant des canaux de marketing appropriés, tels que les réseaux sociaux, la publicité en ligne ou les relations publiques.
- o Suivi et optimisation continue : surveiller les performances du site et l'expérience utilisateur, en prenant en compte les commentaires des utilisateurs, pour l'optimiser et le faire évoluer au fil du temps.





MARKETING STRATÉGIQUE

LA SEGMENTATION

Notre segment de lancement concerne les petites villes marocaines et plus précisément Sidi Kacem, Khenifra, Taouant, et Taza. Les raisons de choix de ce segment sont les suivantes :

- La rareté des endroits de divertissement pour les seniors
- La rareté des activités de loisir pour les seniors
- Le non encrage des seniors dans des activités culturelles...

Les critères de segmentation sont les suivants :



GÉOGRAPHIQUE

On a opté au découpage du marché en unités territoriales d'où nous allons cibler spécialement les petites villes du royaume (Sidi Kacem, Khenifra, Taouant, et Taza).

L'ÂGE

- 50-60 : les seniors qui ont anticipé la retraite
- 60 -75
 - } Les seniors retraités
- >75





LE SEXE :

Nous ciblons les femmes et les hommes, les activités qu'on propose englobent et intéressent les deux.

L'EX STATUT SOCIO-PROFESSIONNEL :

Le statut socio-professionnel en général constitue un critère primordial pour Vita senior puisque l'utilisation de la plateforme nécessite quelques connaissances basiques au niveau de la manipulation de la plateforme, alors nous devons être rassurés que nos clients vont savoir l'utiliser sans aucun problème.



Le ciblage

Notre clientèle cible est constitué des retraités des petites villes Sidi Kacem, Khenifra, Taouant, et Taza. On peut les segmenter en 3 catégories selon l'âge

- 50-60 : les seniors qui ont anticipé la retraite
- 60 -75
 - } Les seniors retraités
- >75

La clientèle ciblée doit principalement se sentir à l'aise avec l'outil informatique et avoir confiance en utilisant la plateforme, les seniors sont des personnes qui ont besoin d'être rassurées mais il ne faut surtout pas oublier qu'ils sont des consommateurs comme les autres, avec plus d'expérience. Ils souhaitent des services de qualité, des prix compétitifs, des produits qui correspondent à leurs besoins et à leurs attentes. Ils sont enchantés d'avoir des réponses rapides à leurs demandes de conseils.

Ainsi que notre stratégie de ciblage va être une stratégie adaptée d'où nous allons chercher d'adapter nos services aux besoins de notre clientèle afin de pouvoir les satisfaire et même les enchanté.



Le positionnement

Vita senior cherche d'avoir une place dans l'esprit de sa clientèle cible, et d'être leur top of mind à travers les services qu'elle propose, un positionnement qui reflète la vie, la joie, le bonheur, et la bonne santé. Nos critères de positionnement visent plus particulièrement à répondre aux attentes de notre cible à travers la proposition d'un service de qualité et aux atouts de nos produits, ainsi d'élargir notre part de marché.





MARKETING OPÉRATIONNEL

Produit

- **Politique de développement de produit :**

Cette politique consiste à se concentrer sur les besoins spécifiques des seniors en matière d'activités et à proposer des activités adaptées à leur âge et à leurs capacités physiques.

- **Politique de responsabilité sociale :**

Cette politique consiste à proposer des activités qui ont un impact social positif, telles que des activités bénévoles ou des activités de sensibilisation à des causes sociales importantes. Cette approche peut aider les seniors à se sentir valorisés et à contribuer à leur communauté, tout en leur offrant des activités stimulantes..



Prix

❖ Pack Argent

Fonctionnalités	Détails
Accès à l'application	Permet aux seniors de découvrir et de réserver des activités en ligne, en fonction de leurs intérêts et de leur localisation.
Activités proposées	5 activités différentes chaque mois, sélectionnées pour répondre aux intérêts des seniors et disponibles dans leur région.
Activités réservées	2 activités réservées chaque mois, pour que les seniors puissent profiter des activités qu'ils préfèrent sans avoir à se soucier des réservations.
Assistance téléphonique	Des experts sont disponibles pour aider les seniors à utiliser l'application et répondre à toutes leurs questions.
Prix mensuel	119,99 DH

❖ Pack d'Or

Fonctionnalités	Détails
Accès à l'application	Permet aux seniors de découvrir et de réserver des activités en ligne, en fonction de leurs intérêts et de leur localisation.
Activités proposées	10 activités différentes chaque mois, sélectionnées pour répondre aux intérêts des seniors et disponibles dans leur région.
Activités réservées	5 activités réservées chaque mois, pour que les seniors puissent profiter des activités qu'ils préfèrent sans avoir à se soucier des réservations.
Assistance téléphonique	Des experts sont disponibles pour aider les seniors à utiliser l'application et répondre à toutes leurs questions.
Réductions pour des activités supplémentaires	10% de réduction sur toutes les activités supplémentaires réservées via l'application.
Prix mensuel	399,99 DH

Pack bronze

Fonctionnalités	Détails
Accès à l'application	Permet aux seniors de découvrir et de réserver des activités en ligne, en fonction de leurs intérêts et de leur localisation.
Activités proposées	20 activités différentes chaque mois, sélectionnées pour répondre aux intérêts des seniors et disponibles dans leur région.
Activités réservées	10 activités réservées chaque mois, pour que les seniors puissent profiter des activités qu'ils préfèrent sans avoir à se soucier des réservations.
Assistance téléphonique	Des experts sont disponibles pour aider les seniors à utiliser l'application et répondre à toutes leurs questions.
Réductions pour des activités supplémentaires	15% de réduction sur toutes les activités supplémentaires réservées via l'application.
Accompagnement personnalisé pour les activités réservées	Un conseiller dédié peut aider les seniors à sélectionner des activités en fonction de leurs intérêts, de leur niveau de capacité et de leur localisation.
Prix mensuel	619.99 DH

LA COMMUNICATION

La communication est un aspect primordial pour la réussite d'un projet. Le recours à la communication à plusieurs objectifs tels que :

- Valoriser l'image de son entreprise.
- Attirer de nouvelles cibles.
- Fidéliser la clientèle déjà existante.
- Optimiser la stratégie de communication.

L'entreprise est ainsi conduite à interroger son image et son positionnement vis-à-vis de ses partenaires et de ses publics cibles. Cette démarche est itérative. Il ne s'agit pas de choisir une stratégie au hasard, mais de prendre le temps de réfléchir à différents scénarios possibles. Il peut s'agir d'un plan de communication interne ou externe.

La communication externe est fondamentale pour la notoriété et l'image d'une entreprise, c'est grâce à ses actions que ses partenaires extérieurs forgent leurs opinions et leurs attitudes à son égard. Il est essentiel qu'elle donne une image positive. VITA SENIOR compte employer des moyens de communication diversifiés afin d'attirer le plus de clientèle possible. Une large campagne publicitaire sera menée au niveau de Sidi Kacem, Khenifra, Taouant, et Taza tel que la distribution de flyers, la radio régionale de ces villes, la publicité dans les journaux...

COMMUNICATION HORS MÉDIA

Panneaux publicitaires	
Nombre	4 panneaux par ville
Période	Après avoir lancé le projet
Message	Communication institutionnelle Communication de nos offres
Lieu de distribution	Lieux à Sidi Kacem, Khenifra, Taouant, et Taza.
Budget prévisionnel	5000 MAD

- Brochures en bureau contenant notre concept et notre histoire.
- Affiches murales.
- Promotion d'ouverture officielle.
- Flyers
- T-shirts occasionnels gratuits dans les magasins locaux.

Site Web	
Dénomination	www.Vitasensor.ma
Période	Avant le lancement officiel
Informations	L'ensemble des produits et packs La possibilité d'adhérer en ligne Bannière publicitaire pour les partenaires
Lieu	Site web
Personnes à engager	Ingénieur informatique
Budget prévisionnel	5000DH

Réseaux sociaux	
Facebook et Instagram	-Nos clients auront l'opportunité de proposer des améliorations et d'être informé sur les événements spéciaux à venir et les promotions en cours. -Avec l'utilisation des outils de sponsoring sur les réseaux sociaux nos pages auront plus d'avantage d'être visitées par un plus grand nombre de visiteur.

Autres techniques de communication utilisée :

- La participation aux événements dont leurs cibles sont les seniors
- Une forte bouche à oreille à travers notre réseau de contact
- Des campagnes publicitaires...



Distribution

La stratégie de distribution que nous avons choisie pour notre entreprise est axée sur un canal court qui consiste à proposer l'achat direct via nos points de vente. Ce canal de distribution nous permettra d'offrir un accès grand public à nos produits, en mettant en place des magasins physiques dans nos villes dès la première année d'activité.

En adoptant ce canal court, nous pourrons interagir directement avec notre clientèle et offrir une expérience d'achat personnalisée. Nous pourrons également garantir une qualité constante de nos produits, en les stockant et les vendant directement à partir de nos magasins.

Notre stratégie de distribution s'adresse principalement au marché BtoC, c'est-à-dire aux particuliers.

En nous concentrant sur les besoins et les préférences de nos clients, nous pourrons proposer des produits adaptés à leurs attentes et améliorer leur expérience d'achat.

Nous prévoyons de commencer par planter nos magasins dans nos villes la première année, afin de nous concentrer sur le marché local. Nous sommes convaincus que cette approche nous permettra d'établir des liens solides avec nos clients locaux, de mieux comprendre leurs besoins et d'adapter notre offre en conséquence.

Une fois que nous aurons consolidé notre présence sur le marché local, nous envisageons de programmer une stratégie d'expansion au Maroc et à l'international. Nous sommes conscients des défis que cela représente, mais nous sommes convaincus que notre canal court nous permettra de relever ces défis avec succès.

La forme juridique : SARL

Plan financier

MADHI Imane	5000	25%	Numéraire
CHAIB Safae	5000	25%	Numéraire
EL HASSOUNI Nabil	5000	25%	Numéraire
LOUKILI Btissam	5000	25%	Numéraire
Total apports	20 000	100%	

Nature de ressources	Montants
Prêt à taux zéro auprès de la famille	20 000
Total ressources extérieures	20 000

Total d'apport = 40 000 DH

Pack	1ère année	2ème année	3ème année
Pack Argent	11 990	14 388	16 786
Pack d'Or	31 992	39 999	47 998.8
Pack Bronze	30 999.5	37 199.4	55 799.1
Total	46 188.7	91 586.4	120 583.9

Pack argent

- 1ère année 100 packs argent avec un prix de 119.99 dh
- 2ème année 120 packs argent avec un prix de 119.99 dh
- 3ème année 140 packs argent avec un prix de 119.99 dh

Pack d'Or

- 1ère année 80 packs d'or avec un prix de 399.99 dh
- 2ème année 100 packs d'or avec un prix de 399.99 dh
- 3ème année 120 packs d'or avec un prix de 399.99 dh

Pack Bronze

- 1ère année 50 packs bronze avec un prix de 619.99 dh
- 2ème année 60 packs bronze avec un prix de 619.99 dh
- 3ème année 90 packs bronze avec un prix de 619.99 dh

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3
Nombre de visiteurs uniques par mois	5 000	10 000	15 000
Taux de conversion en clients	1%	2%	3%
Nombre de clients par mois	50	200	450
Prix moyen par client	500 DH	550 DH	600 DH
Chiffre d'affaires mensuel	25 000 DH	110 000 DH	270 000 DH
Chiffre d'affaires annuel	300 000 DH	1 320 000 DH	3 240 000 DH

Conclusion

En conclusion, la création de cette plate-forme pour les retraités a été un processus de développement complet qui nous a permis d'acquérir une expérience professionnelle solide dans la méthodologie de rédaction et de réalisation d'une étude de projet. Nous avons effectué une étude approfondie de notre idée de projet en menant des travaux basés sur des études documentaires, en nous appuyant sur notre expertise et notre expérience dans le domaine.

Notre plate-forme pour les retraités est une solution innovante qui répond aux besoins sociaux et communautaires des personnes âgées. Nous sommes convaincus que cette plate-forme offrira une expérience utilisateur optimale pour les retraités et contribuera à renforcer la cohésion sociale et à maintenir l'autonomie des personnes âgées. En résumé , grâce à cette étude approfondie, nous avons pu comprendre les besoins de notre public cible et concevoir une plate-forme qui répond à leurs besoins spécifiques. Nous avons également examiné les sites web similaires existants destinés aux personnes âgées, afin de concevoir une plate-forme qui offre une valeur ajoutée unique. Nous avons pris en compte les préoccupations des utilisateurs en matière de sécurité, de confidentialité et de facilité d'utilisation, afin de garantir une expérience utilisateur optimale.

Nous sommes convaincus que notre plate-forme pour les retraités est une solution innovante et pratique qui permettra aux utilisateurs de rester connectés, de partager leurs expériences, leurs centres d'intérêt et leur savoir-faire, tout en renforçant la cohésion sociale et en maintenant l'autonomie des personnes âgées. Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli et nous sommes impatients de voir notre plate-forme faire une différence positive dans la vie des retraités.