

# Medileaf

Vivre ensemble une aventure  
inoubliable !

Killian PINAULT - M2BCM



# Sommaire

|  |  |
|--|--|
| <b><u>Présentation du projet</u></b>       | Note d'intention - Présentation du profil - Le pourquoi du comment - Contexte - Objectifs - Présentation du projet (Pitch)   |
| <b><u>Etudes de marché</u></b>             | Définition du marché - Identification des cibles et description des profils utilisateurs (persona) - Benchmark - SWOT  |
| <b><u>Proposition de valeurs</u></b>       | Problème client à résoudre - Proposition de valeur - Problématique   |
| <b><u>La solution en détails</u></b>       | Reformulation - Fonctionnalités - ADN de marque - Approche - Intentions graphiques - L'équipe  |
| <b><u>Développement et financement</u></b> | Executive summary - CDC fonctionnel & technique - Roadmap, RH - Business plan - Business model   |
| <b>Marketing et Communication</b>          | La stratégie de communication - Axe de communication, objectifs, mapping - Recommandations marketing (SEO, SEA, mailing) et stratégie sur les médias sociaux - Notifications - Demo gamification |





## I) Présentation du projet

# Note d'intention

Je souhaite créer un projet innovant combinant un dispositif médical digital et du divertissement pour partager du bonheur tout en sensibilisant aux défis médicaux.

## Objectifs :

Sensibiliser : Informer sur les pathologies, les traitements et combattre la désinformation pour une meilleure compréhension de la santé.

Propager le bonheur : Offrir du divertissement pour faire face aux défis médicaux et au stress du quotidien.

Créer une communauté de soutien : Rassembler une communauté solidaire pour partager des expériences et s'entraider.

## Moyens :

Développement d'un dispositif médical novateur : Une équipe multidisciplinaire créera un dispositif interactif.

Contenu informatif et inspirant : Des articles, vidéos et activités ludiques informeront et encourageront l'optimisme.

Engagement communautaire : La participation active des utilisateurs sur la plateforme favorisera l'entraide.

## Conclusion :

Ce projet vise à améliorer la vie des gens en abordant les défis médicaux et en partageant du bonheur.

J'accueille vos contributions pour le concrétiser.

# Qui suis-je ?

- Killian - 21 ans
- Etudiant Expert en stratégie digitale option  
Brand Content Manager



# Comment est née cette initiative ?

01

*L'idée*

- 2020 : Crise sanitaires
- Entourage touché
- Désinformation autour des bienfaits du digital sur le cerveau

02

*Les valeurs*

- L'éthique
- La vérité
- L'information
- La communauté
- La transmission
- L'espoir

# Objectifs du projet

01

*Aider*

02

*Transmettre*

03

*Divertir*

04

*Rassembler*

05

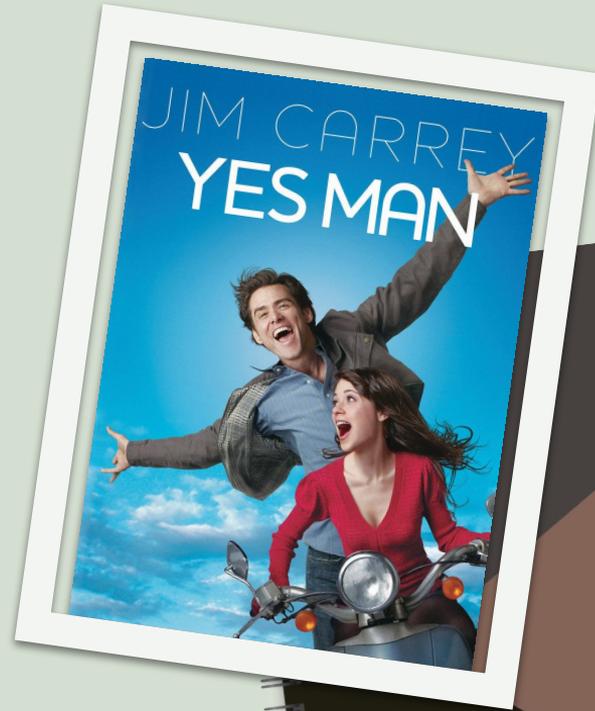
*Informier*

06

*Apprendre*

“Le monde est un terrain de jeu,  
tous les enfants savent ça, mais  
on finit par l'oublier  
en grandissant.”

—Yes Man (film)



# Pitch Médileaf

Notre association à but non-lucratif, “Médilic” a développé un nouveau support nommé **Médileaf** qui offre une expérience **unique** à ses utilisateurs.

Ce produit est un **support web**, aussi téléchargeable **en apk** pour **mobile et tablette** qui permet aux utilisateurs de jouer **des scénarios d’escape game** sur la thématiques des troubles autour **de la dégénérescences neurologiques**.

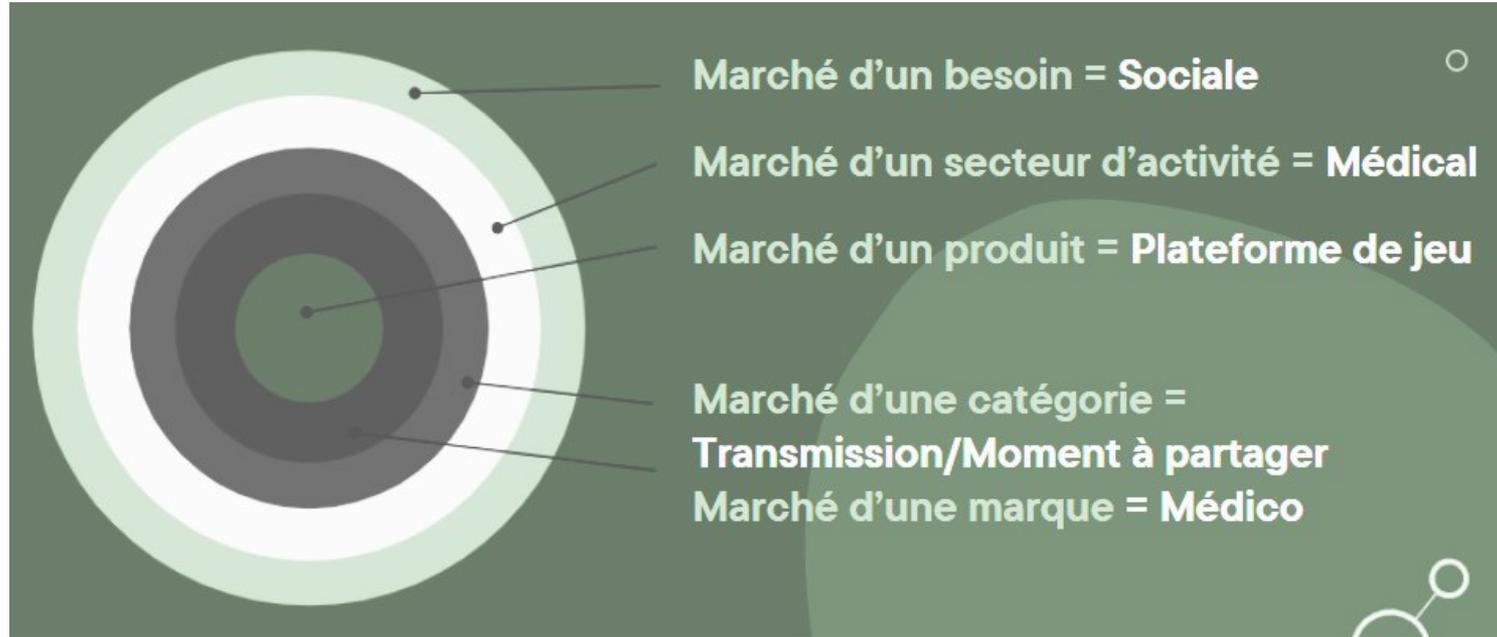
Vous allez en **découvrir les maux et conséquences**, à **travers des jeux** mais aussi comprendre **comment lutter activement**, notamment contre Alzheimer avec des jeux de mémoires, des procédés par flash et des exercices à faire en famille !



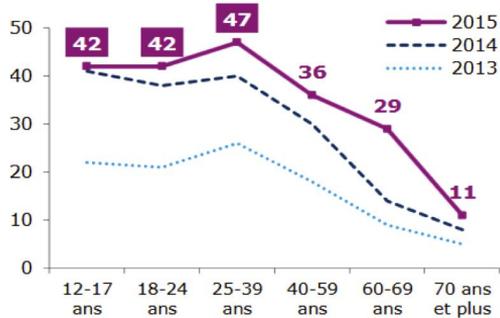


## II) Etudes de marché

# Définition du marché



# Alzheimer et son audience



Taux d'utilisation d'ordinateurs ou de smartphones en 2015 selon la population selon un échantillon de 50000 français.

[https://ireps-bfc.org/sites/ireps-bfc.org/files/dt\\_ocs\\_promotion\\_sante\\_version\\_finale.pdf](https://ireps-bfc.org/sites/ireps-bfc.org/files/dt_ocs_promotion_sante_version_finale.pdf)



## Alzheimer

Alzheimer en chiffres, c'est **environ 1 million de personnes touchées en France**. Il s'agit donc de 8% des français de plus de 65 ans qui seraient atteints en 2020. Par ailleurs, 225 000 nouveaux cas sont diagnostiqués chaque année en France.



# 2 millions

Nbres de personnes atteintes d'alzheimer en 2023  
(soit 1/8 des personnes de plus de 70 ans en France)

# 250 000

Nouveaux cas par ans en moyenne en France

# Moins de 10%

Pourcentage d'utilisateurs d'outils numérique de plus  
de 70 ans



# Définition du marché

Médico a décidé de s'orienter vers l'audience des personnes atteintes d'Alzheimer, leurs proches, les institutions et établissements en charge de celle-ci.

La maladie d'Alzheimer est **une maladie neurodégénérative chronique qui détruit les cellules cérébrales**, ce qui provoque, avec le temps, une détérioration de la mémoire et des capacités de réflexion. La maladie d'Alzheimer ne fait pas partie du processus normal de vieillissement et elle est irréversible.

Nous savons qu'en 2023, **1 personne sur 8** de plus de 70 ans est atteinte de dégénérescences cérébrales et près de 2 millions sont atteintes d'Alzheimer.

Ces personnes éprouvent des difficultés à discerner le monde qui les entoure et font face à des oublis allant de simples objets du quotidien jusqu'à parfois **oublier les personnes qui les entourent**.



# Les deux acteurs majeurs de ce secteur



francealzheimer [Suivre](#) [Contacter](#) ...

103 publications 2 894 followers 30 suivi(e)s

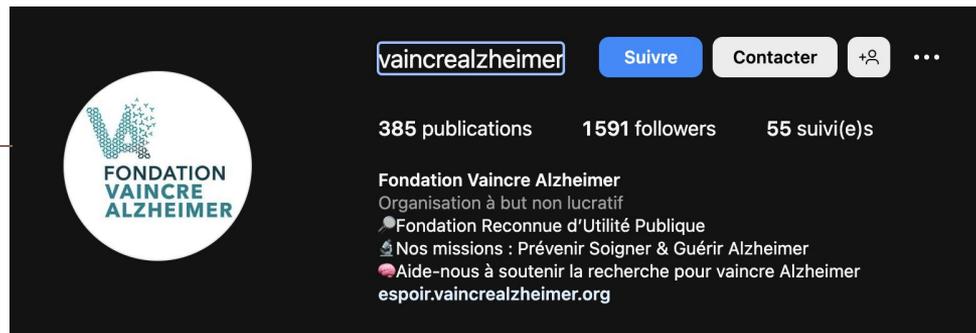
**France Alzheimer**  
Organisation à but non lucratif  
Nous combattons la peur et les tabous, et déconstruisons les préjugés autour de la maladie tout en apportant des solutions et un soutien aux familles.  
[linktr.ee/francealzheimer](http://linktr.ee/francealzheimer)

## France Alzheimer

Association qui intervient dans les établissements et accompagne les malades.

## Vaincre Alzheimer

Association qui oeuvre dans le développement de nouveaux outils pour combattre Alzheimer



vaincrealzheimer [Suivre](#) [Contacter](#) [+](#) ...

385 publications 1 591 followers 55 suivi(e)s

**Fondation Vaincre Alzheimer**  
Organisation à but non lucratif  
● Fondation Reconnue d'Utilité Publique  
📌 Nos missions : Prévenir Soigner & Guérir Alzheimer  
🗣️ Aide-nous à soutenir la recherche pour vaincre Alzheimer  
[espoir.vaincrealzheimer.org](http://espoir.vaincrealzheimer.org)



# Leurs méthodes (Financement et Pub)



## Outils de comm :

- Un très bon référencement web
- SMA sur leurs réseaux
- Un réseau de partenaires

## Financement :

- Mécénat et Ambassadeurs
- Don de particuliers
- Appui de structures externes
- Financement d'état



# Benchmark des jeux anti-Alzheimer

01

## SeaHeroQuest

Sorti en 2016, c'est un jeu sur smartphone d'un genre particulier. Il vise en effet à étudier la faculté des joueurs à s'orienter dans un espace en trois dimensions. L'objectif est d'aider à diagnostiquer la maladie d'Alzheimer.

02

## Chiffres, Enigmes et Jeux de Mémoires

La première capacité cognitive altérée par Alzheimer, c'est bien sûr la mémoire ! Pour la stimuler et ralentir son déclin, les principaux jeux sont les quiz, les lotos et les memory's games mais aussi les jeux d'énigmes comme les "entraîneurs cérébrales" de chez Nintendo ou la franchise des "Professeur Layton"



# Cibles et inspirations

01

## FAMILLE ET PROCHE (cible principale)

Victime d'Alzheimer  
Entourage, et corps associatif et  
médical traitant de ceux-ci

02

## UTILISATEURS (coeur de cible)

Enfants et petits-enfants des  
personnes atteintes par Alzheimer

03

## ACTEURS (cible secondaire)

Organisme de lutte et de prévention  
pour Alzheimer, EPHAD, gestionnaire  
d'e-santé, corps médicaux spécialisés

01

## X-TORP (FRANCE ALZHEIMER)

Association qui intervient dans les  
établissements et accompagne les malades  
sur des jeux comme X-Torp

02

## SEA HERO QUEST

Jeu vidéo à destination de la détection  
de dégénérescence neurologique grâce  
à l'interaction dans un espace 3D.

03

## MEDICALPEDIA

Réseaux d'information d'actualités  
médicales (PUB ADS ET très bon suivi  
SMA)

# Personae



**Bernadette ZENGBE** - 57 ans  
(RESTAURATRICE LUXE) CSP +  
3 ENFANTS .GRENOBLE

Vu qu'elles commence à avoir des troubles de l'attention et des oublis intempestifs, elle cherche à entraîner son cerveau et à en apprendre plus sur la dégénérescence neurologique

**CARACTÈRE :** Angoissé, Tête-en-l'air, curieux, dissipé

**CENTRE D'INTÉRÊTS :**      **SES PRÉOCCUPATIONS :**

- Handball
- Sa famille
- Cuisine
- Décoration
- Ses missions (travail)
- Ses enfants (planning)
- Les petits oublis (quotidien)
- Son âge et la vieillesse



**PIERRE CLIMENT** - 24 ans  
(ÉTUDIANT EN MÉCANIQUE) CSP -  
.SAVIGNY-SUR-ORGE

Son Grand-Père est atteint d'Alzheimer et il admet ne pas passer assez de temps à ses côtés mais la maladie de celui-ci ainsi que son manque de pratique de la technologie l'empêche de le contacter, Pierre se sent impuissant pour l'aider.

**CARACTÈRE :** Assidu, Travailleur, Geek, Branché tech'

**CENTRE D'INTÉRÊTS :**      **SES PRÉOCCUPATIONS :**

- Twitch
- Jeux Vidéos
- Youtube
- Course F1
- Ses devoirs (études)
- Ses amis (social)
- Les sorties bar (quotidien)
- L'investissement (crypto)

# SWOT

## **Forces**

- Plateforme unique dans le secteur
- Projet entrepreneuriale associatif à vocation médical et non-lucrative
- Service centralisé en un outil
- Rapproche les gens
- Créer du liens autour de la technologie

## **Faiblesses**

- Nouveau comparé à mes concurrents.
- Financement participatif
- Peu de concurrence.
- Service à rendre indispensable

## **Opportunités**

- L'envie pour les gens de renouer auprès de leurs proches.
- Covid / Fête
- De plus en plus de personne atteintes
- Joue sur la volonté d'humanisme

## **Menaces**

- Secteur niche
- Manque d'adhésion
- Le rendre utilisable par des organisme
- Législation autour de la pub dans le médical



### III) Proposition de valeur

# Quelques chiffres

20%



## *Pertinence*

Ont un proche ou une connaissance étant victime de la pathologie d'alzheimer

56%



## *Usage*

Nombre de personnes ayant déjà transmis l'usage d'un outils digital à leurs proches

83%



## *Concept*

Adhère au concept de l'usage du digital dans le cadre d'un moment familial

# Analyse des besoins



## *Moment utile*

Amélioration des capacités cognitives : Certaines études ont suggéré que les jeux vidéo d'action et de stratégie pourraient améliorer les capacités cognitives jde 10% à 20%

(Source: Green, C. S., & Bavelier, D. (2008). The nature of learning and the role of attention in action video games. *Current Directions in Psychological Science*, 18(6), 321-325).



## *Moment ludique*

Réduction du stress et de l'anxiété : Certaines études ont suggéré que les jeux vidéos peuvent réduire le stress et l'anxiété chez environ 30% des joueurs

(Source: Riva, G. (2014). Video games in the key of happy living: A study of the efficacy of 'Happysonic', a novel positive psychology based interactive experience. *Interacting with Computers*, 26(3), 227-236).



## *Moment humain*

Favorise un moment agréable ensemble entre les enfants et les petits enfants avec leurs grands parents. Plus de la moitié des personnes interrogés par Médileaf cherchait un sujet de discussion quand ils étaient avec leurs aînés.





# Objectifs du projets



**01**

**INFORMER /  
Faire de la  
prévention**



**02**

**Offrir une lutte  
active et  
divertissante**



**03**

**Dédiaboliser et  
habituer à la  
technologie**



**04**

**Un moment  
humain**





# Proposition de valeur

Outre le fait que nous faisons passer de précieux moments aux personnes atteintes avec leurs proches,

Nous permettons aussi l'apprentissage d'outils technologiques et le travail de la mémoire et du cerveau dans un moment divertissant, pour qu'entraîner votre esprit ne soit jamais une corvée.

Actuellement il n'existe aucun outil de ludique et gamifier dédié aux personnes en situation de dégénérescence neurologique, agréés et qui permettent d'approcher le support digital en famille et en toute simplicité.

01

## Problématique

Comment promouvoir **une solution digital** utile à la lutte dégénérative auprès d'un public **qui nécessiterait un accompagnement** à l'usage du support ?





## IV) La solution en détail



# La solution Médileaf

Le mot "Médical" souligne les activités cognitives et thérapeutiques de l'application, tandis que "Leaf" symbolise la régénération des connexions neuronales et la vitalité. L'application propose des énigmes et des défis pour stimuler la mémoire et les fonctions cérébrales tout en encourageant une expérience de jeu ludique et engageante pour soutenir le bien-être mental des utilisateurs.

## Comment ça fonctionne ?





# Vidéo publicitaire



<https://youtu.be/vfKsIDjaFCo>

[https://drive.google.com/file/d/1NzdPSli9Mq7oJn0FYV3jlgMJxU\\_Ck2Kv/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1NzdPSli9Mq7oJn0FYV3jlgMJxU_Ck2Kv/view?usp=drive_link)



# Les fonctionnalités



- Pouvoir jouer à des mini-aventures digitales et interactives.
- Pouvoir apprendre des méthodes pour entrainer son cerveau.
- Pouvoir nous contacter pour échanger sur des idées.
- Être informé des nouveautés autour du domaine de la médecine digitale.
- Pouvoir proposer une activité à partager en famille ou entre amis, jouable de 1 à 4 joueurs



# ADN de marque

La baseline "Vivre ensemble une aventure inoubliable !" pour une application de jeux luttant contre Alzheimer met en avant l'aspect social de l'expérience de jeu, en invitant les utilisateurs à vivre une aventure immersive et enrichissante.

Cette aventure ludique offre des souvenirs positifs et durables, tout en soutenant les utilisateurs dans leur combat contre Alzheimer. Cela crée une approche bienveillante et engageante pour renforcer les liens sociaux et stimuler la cognition des utilisateurs.

**Vivre ensemble une aventure inoubliable !**

*Prévention*      *Partage*  
*Bienfait*      *Transmission*  
*Informé*      *Divertir*  
*Jouer*      *Expérimenter*  
*Sourire*



# La Direction Artistique du projet



*LES TYPOGRAPHIES :*

Montserrat **MONTSERRAT**  
Nunito **NUNITO**

Notre charte graphique apaisante utilise le **vert** et le **bleu** foncé pour stimuler la mémoire et créer une ambiance réconfortante. **Les typographies Antiques** évoquent des souvenirs émouvants, offrant une expérience **élégante et claire** pour ceux qui luttent contre Alzheimer.

# Maquette Web et tablette

Afin d'être le mieux référencé naturellement (SEO) le site doit régulièrement être soumis à une optimisation technique et des MAJs :

Cela inclut l'optimisation de la vitesse de chargement, la création d'une structure de liens interne cohérente, l'utilisation de balises de titre appropriées, le référencement des balises (**H1 à H4 ici**), la nomenclature des photos et des fichiers et le respect des balises alt et des critères de texte dans leurs ensembles.

Les backlinks de qualité augmentent l'autorité du site et améliorent son classement dans les moteurs de recherche. C'est pourquoi il est important de se faire référencer comme outil auprès de France Alzheimer et Vaincre Alzheimer dans les catégories "Lutte contre Alzheimer".

De plus; le 'call to action' renvoi vers le téléchargement de l'APK mobile afin de promouvoir un usage pratique et "In The Pocket" directement.

Histoires Contactez-nous

Vivre au travers d'histoires fictives un vrai moment de partage tout en faisant travailler nos méninges !

Pour un moment inoubliable avec ceux que vous aimez !

Télécharge l'appli !

HATCASE  
Simple - 15 minutes - 1/2 joueurs

VEILLE FLOU  
Simple - 1 heure - 1/4 joueurs

IMONIOM  
Simple - 40 minutes - 1/2 joueurs

Tu as des questions ?

Poser les nous !

#Medileaf #Contactleaf #Medlic #MediMoi

# Maquette smartphone

Il faut offrir une expérience utilisateur agréable et mettant l'accent sur la **facilité de navigation**, la **lisibilité du contenu** et la **convivialité générale** de votre site.

**Mobile-friendly et Responsive** : Nous nous assurons que notre site est **adapté aux appareils mobiles**, car de plus en plus de recherches sont effectuées depuis les smartphones (environ 60%).



<https://www.figma.com/proto/bM0nHcqYxnAA syNDi46Nlu/MEDILEAF---DESIGN-SYSTEM---MAQUETTES%2FPROTOTYPAGE?node-id=507-0&starting-point-node-id=507%3A0&mode=design&t=LMndrbVb8srs84HP-1>



**Qui est Médileaf ?**

Médilic est un association qui à développé un nouveau produit nommé



## V) Développement et Financement



# Executive Summary

Médileaf est un produit de divertissement interactif innovant pour les personnes atteintes de maladies dégénératives telles que Alzheimer. Notre modèle économique repose sur les dons et les achats intégrés. Nous visons à établir des partenariats avec des associations réputées comme Alzheimer France ou Vaincre Alzheimer, afin de cibler les personnes ayant besoin de cette expérience thérapeutique. Des études en partenariat avec Alzheimer France ont montré que la pratique régulière de jeux et d'activités cérébrales stimulantes pourrait ralentir le processus de dégénérescence de plusieurs années. En outre, nous proposons des fonctionnalités supplémentaires disponibles à l'achat pour financer la plateforme et soutenir nos associations partenaires.

Les questionnaires auprès des utilisateurs cibles ont reçu des commentaires positifs à hauteur de 78%, renforçant notre confiance en Médileaf. Le lancement officiel du projet est prévu pour le 1er janvier 2024. Nous sommes convaincus que Médileaf répondra aux besoins de renseignement, de partage et de divertissement des personnes atteintes de maladies dégénératives et de leurs entourages.

Avec Médileaf, nous cherchons à accompagner au mieux ces personnes et à offrir aux établissements et à leurs proches une manière simple et accessible de les soutenir tout en dé-diabolisant l'usage de la technologie dans leur traitement. Nous croyons fermement que Médileaf contribuera positivement à leur bien-être et à leur qualité de vie.

# Les besoins en ressources humaines

Pour le bon fonctionnement de l'entreprise, il est nécessaire d'avoir un **développeur sénior** chevronné spécialisé dans le développement **de site et d'appli**. Pour cela il devras donc être autonome et fonctionnel sur le **Java, le langage Android et le Python**.

Afin que notre système **réponde réellement aux besoins des personnes atteintes par Alzheimer**, il est indispensable de le co-développé avec un **consultant médecin**, expert dans la pathologie, qui pourrait nous aider à la **conception des énigmes et s'assurer qu'elles correspondent à une solution de lutte active**.

Après la première année de lancement, un **apprenti en Game Developpement ou un GameDesigner** sera recruté pour maintenir le support via des nouveaux scénarios, graphique ou pratique.

Un **comptable** seras aussi présent de le début du projet pour assurez la **structure financière** de l'association

01

**Développeur sénior**  
JAVA, PYTHON, ANDROID  
**Statue associé**

02

**Responsable**  
Com', partenariat, gestion  
**Statue Responsable**

03

**Consultant**  
Médecin neurologue, conseil  
**Statue Entrepreneur consultant**

04

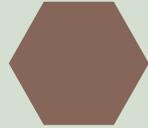
**Apprenti**  
Game Developpement/Designer  
**Statue Apprenti**

05

**Comptable**  
Comptabilité et Gestion  
**Entrepreneur Indépendant**



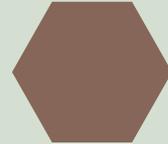
# Critères de recrutement



## DÉVELOPPEUR ASSOCIÉ WEB et support mobile

- Expérience solide en développement front-end et back-end et en codage dans plusieurs langages (JavaScript, HTML, CSS, PYTHON etc.)
- Expérience de travail avec des systèmes de gestion de bases de données
- Connaissance des normes et des pratiques de l'industrie pour le développement Web et appli
- Compréhension des meilleures pratiques en matière de sécurité des applications web.
- Respect de délais et compréhensions des contraintes et des échanges.

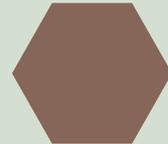
**COMPETENCES :** Python, JAVA, Android, html et CSS



## GAME DESIGNER - APPRENTISSAGE

- Excellentes compétences en Jeux vidéos et en compréhension des besoins utilisateurs
- Minimum BAC + 2
- Respect de délais et des contraintes

**COMPETENCES :** GameDesign, Maya, Unreal 4, Unity



## MEDECIN - CONSULTANT

A une application parfaite de la compréhension médicale et des nouveautés autour de la maladie. Aime les jeux vidéos et travaille déjà dans la relation "digital-neuroscience". C'est lui qui apportera la crédibilité de l'association.

**COMPETENCES :** Code de la santé, neuroscience

# Description des rôles

## RESPONSABLE

Dirige l'équipe et la gestion du projet

Érige de nouvelles règles de comportement sur le site et l'application. Recrute des ambassadeurs triés sur le volet parmi les donateurs qui auront aidé au financement du projet (en échange de contenu exclusif et dédié).

## GAME DESIGNER

Imagine l'architecture et le contenu des scénarios, ils fait du gamedesign, assure donc les scénarios, la jouabilité, le gameflow et l'univers des différents parcours que nous proposons.

## DEVELOPPEUR

Objectif de co-gérant de l'association qui fournit des services de développeur pour la création du site et de la WEB app.

Toutes les fonctionnalités seront compatibles et jouable sur smartphone et sur le web.

## COMPTABLE

Gestions des comptes et de la trésorerie globale de la structure associative afin d'assurer un suivi financier des comptes et des dons.

## MEDECIN

Apporte un regard professionnel sur les réalisations et les outils techniques abordés dans les différents scénarios à jouer que nous proposons, afin de nous assurer que le sujet soit traité avec sérieux par un expert compétent.

# Équipe et moyen de réalisation

## RESSOURCES HUMAINES

01

### PRÉSIDENT DE L'ASSO

Killian PINAULT - porteur de projet  
(social média, marketing, communication, DA..)

02

### DÉVELOPPEUR

Steven LORAND - Développeur JAVA/PYTHON/HTML/CSS  
Création du support de la plateforme et entretiens + MAJ  
de celle-ci

03

### APPRENTI

Thierry LAURENT - Apprenti BTS Design Graphique  
Conception de la maquette de la plateforme et création  
des posts réseaux.

04

### AUTO-ENTREPRENEUR et CONSULTANT

Emmanuel BIZE - Comptable en Auto-entrepreneur  
Isaac TROPONY - Médecin neurologue chercheur (consultant)

## RESSOURCES MATÉRIELS

### 3 ORDINATEURS + 1 ECRAN

(2 iMacPro 15" retina mi-2017 à 1500 euros X2  
& 1 PREDATOR Elios 300 à 1400 euros et  
double Écran LENOVO 4K à 400 euros au total  
(200x2euros)

### SUITE ADOBE ET OFFICE

( 74 euros par mois pour Adobe X3)  
(10,5euros par mois pour Office X2)

### 3 BUREAUX et 3 CHAISES

Environs 450 euros à régler une fois

### LOCAUX

Télétravail + siège social chez le président et  
adhésion à une Maison de Vie Associative de  
Nanterre (60€ par ans)

### ASSURANCE

50 euros par ans (MAIF multirisque)

# Phasage des besoins

30%



## PHASE DE PRE-PRODUCTION

- PDG
- Comptabilité
- Agrégation de communauté
- S'informer (solutions médicales)

50%



## PHASE PREPARATOIRE

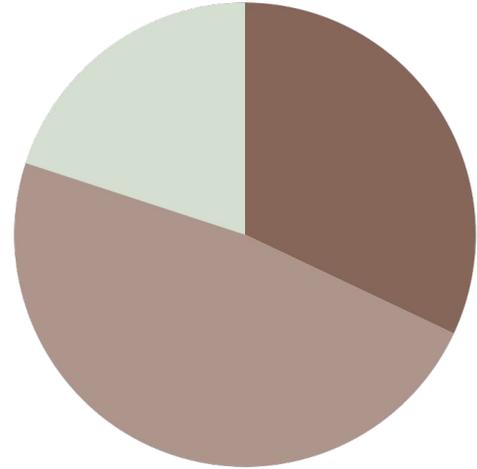
- Développeur application et site
- Modérateurs
- Testeurs et ambassadeurs

20%



## PHASE DE LANCEMENT

- Ambassadeur supplémentaire
- Développement des futurs scénarios





# Evaluation et indice de performance



| ROLES :                              | Indicateur de performance  | Méthodes de suivi   |
|--------------------------------------|--|---|
| <b>Développeur</b><br>JAVA/PYTHON    | Nombre de bugs résolus, Qualité du code,<br>Respect des délais de développement                        | Revues de code, réunions d'équipe, outils de suivi de projet (comme Jira)               |
| <b>Gestionnaire</b><br>Gestion/Comm' | Qualité de l'audience, de la communauté et de la gestion et du déploiement de la solution              | Revues de design, rétroactions des partenaires, suivi des réunions et des accords       |
| <b>Consultant</b><br>Neurologue      | Qualité des outils mis en place sur les énigmes et efficacités auprès de l'audience.                   | Tests utilisateurs, retours utilisateurs, avis public, SAV et notoriété des procédés    |
| <b>Apprenti</b><br>Game Designer     | Nombre et Satisfaction des utilisateurs via les scénarios et les supports.                             | Tests utilisateurs, retours utilisateurs, avis public, SAV et outils de suivi de projet |
| <b>Indépendant</b><br>Comptable      | Bon suivi financier des projets et accumule des biens pour la maintenance et l'amélioration du support | Suivi du budget et de la logistique financière et légal de la solution                  |



# Le Projet

## ELABORATION DU PROJET

Une fois que le **site et l'APK** Médileaf sont lancées, la méthodologie Agile continue d'être utile. La **nature familial du marché** de Médileaf et sa **dimension médico-active** signifie que les attentes des utilisateurs peuvent changer rapidement au gré des nouvelles avancées médicales autour **des neuro-dégénérescences cérébrales**.

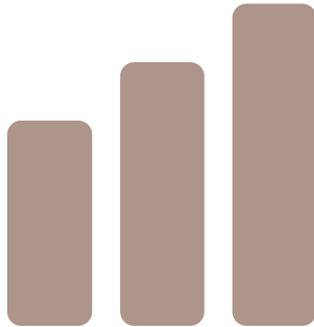
Avec **l'approche Agile**, l'équipe Médileaf peut déployer continuellement des mises à jour, des améliorations et des nouveaux scénarios basés sur les retours des utilisateurs et l'évolution du marché.

## PHASE DE VIE DU PROJET

Cela permet à l'application de rester pertinente et attractive pour ses utilisateurs, en offrant continuellement de nouvelles fonctionnalités ou en améliorant celles existantes.

De plus, cela permet de minimiser les risques de problèmes majeurs ou de bugs, car les changements sont généralement de plus petite envergure et peuvent être testés et corrigés plus facilement.

# Tableau des contraintes



| Type de contrainte | Description  | Niveau | Flexibilité |
|--------------------|--|--------|-------------|
| Technique          | Compatibilité multiplateforme (web et mobile, Android et iOS)        | Elevé  | Faible      |
| Technique          | Sécurité et confidentialité des données des utilisateurs             | Elevé  | Faible      |
| Technique          | Intégration d'un système de paiement sécurisé                        | Elevé  | Faible      |
| Technique          | Capacité à gérer un grand nombre d'utilisateurs simultanément        | Moyen  | Moyenne     |
| Technique          | Optimisation pour une utilisation fluide et rapide                   | Moyen  | Moyenne     |
| Fonctionnelle      | Interface utilisateur intuitive et conviviale                        | Elevé  | Faible      |
| Fonctionnelle      | Fonctionnalités de communication (chat, vidéo, min-jeux)             | Elevé  | Faible      |
| Fonctionnelle      | Facilité de recherche et de navigation entre les différents services | Moyen  | Moyenne     |
| Fonctionnelle      | Filtres et options de personnalisation pour les événements et offres | Moyen  | Moyenne     |
| Fonctionnelle      | Système de notation et de commentaires pour les événements et hôtes  | Moyen  | Moyenne     |



# Portée du projet

## Écosystème digital :

- Application mobile : Médileaf sera une application mobile accessible sur les plateformes iOS et Android, offrant une expérience conviviale et interactive aux utilisateurs.
- Site web : Un site web complémentaire présentera le projet, ses fonctionnalités et permettra aux utilisateurs d'accéder à plus d'informations sur les partenariats et les contributions.
- Médias sociaux : Médileaf sera présent sur les principales plateformes de médias sociaux pour interagir avec la communauté, partager des mises à jour et promouvoir les initiatives liées à Alzheimer.
- Plateforme de paiement : Une plateforme de paiement sécurisée permettra aux utilisateurs d'acheter des scénarios supplémentaires et de soutenir financièrement le projet par des dons.

## Périmètre fonctionnel :

Divertissement thérapeutique : Médileaf proposera des jeux et des énigmes interactifs spécialement conçus pour stimuler les fonctions cognitives des personnes atteintes d'Alzheimer.

Partenariats avec des associations : Des collaborations avec des associations renommées telles qu'Alzheimer France ou Vaincre Alzheimer permettront de cibler et d'accompagner efficacement les personnes concernées.

Options d'achat intégré : Des fonctionnalités supplémentaires seront disponibles à l'achat pour les utilisateurs souhaitant accéder à des scénarios supplémentaires, contribuant ainsi à la rentabilité du projet.

Expérience utilisateur : Médileaf offrira une interface conviviale et facile à utiliser, adaptée aux besoins des personnes atteintes d'Alzheimer pour une expérience enrichissante et positive.



# Les risques

## Risques élevés pour le projet Médileaf :

Adoption limitée : Le produit pourrait ne pas attirer une adoption suffisante parmi le public cible, réduisant ainsi l'impact potentiel sur les personnes atteintes d'Alzheimer.

Concurrence accrue : Une concurrence intense dans le secteur du divertissement thérapeutique pourrait limiter la part de marché de Médileaf et affecter sa rentabilité.

Partenariats difficiles : Établir des partenariats avec des associations renommées peut être complexe et exigeant en termes de négociations et de contrats.

Impact limité sur la maladie : Malgré les avantages du divertissement thérapeutique, le produit peut ne pas avoir d'effet significatif sur la progression de la maladie.

## Risques moyens pour le projet Médileaf :

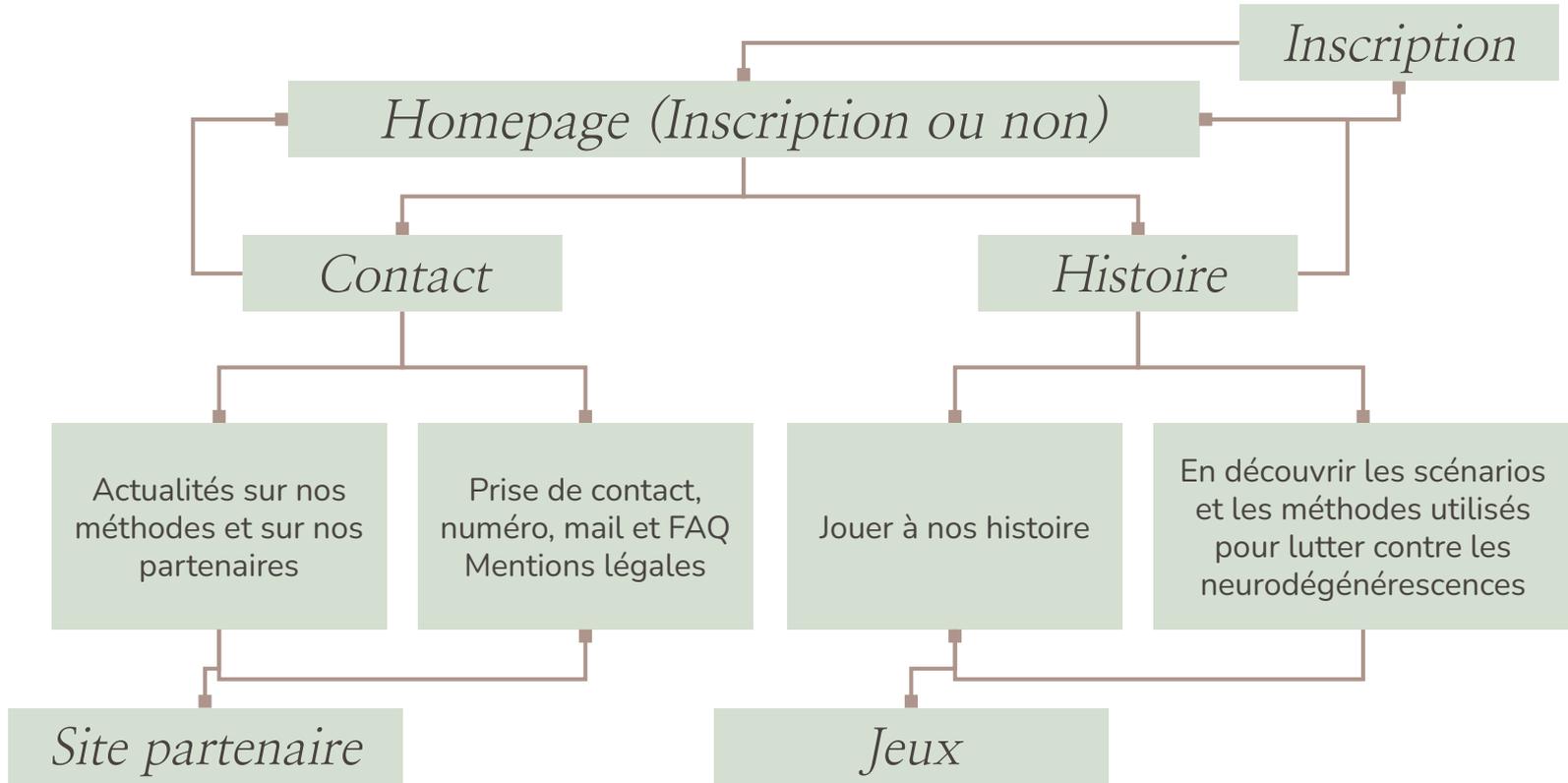
Modèle économique : Le modèle économique basé sur les dons et les achats intégrés peut être soumis à des fluctuations et à une dépendance envers la volonté des utilisateurs de soutenir financièrement le produit.

Réglementations et normes : Des changements dans les réglementations ou les normes de l'industrie pourraient avoir un impact sur le fonctionnement de l'application et ses capacités.

Réception du public : Les commentaires et les retours du public peuvent être mitigés, nécessitant des ajustements continus pour améliorer l'expérience utilisateur.

Développement technologique : Les progrès rapides dans la technologie pourraient rendre certaines fonctionnalités obsolètes, nécessitant une adaptation constante du produit.

# Inventaire des contenus site et APK





# Macro-Planning

## PHASE PREALABLE (Juillet 2023 - Sept. 2023)

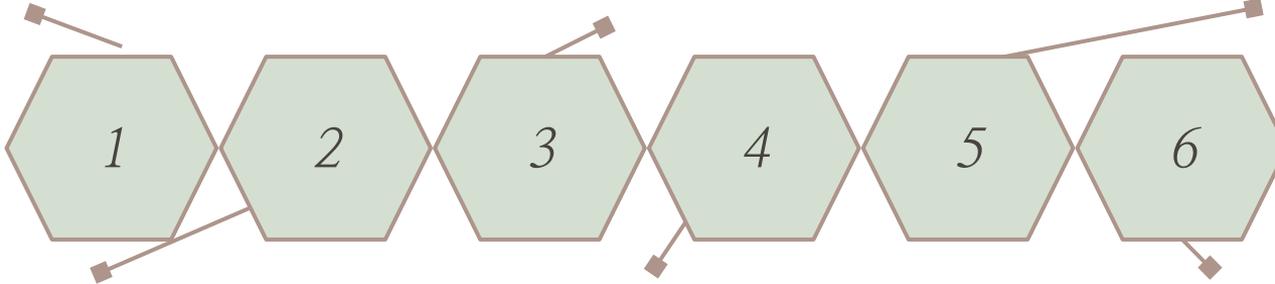
Durée de cette phase, **l'équipe est constituée, le projet est défini de manière détaillée et le plan de travail est établi**

## PHASE DE TEST puis LANCEMENT (Nov. et Déc. 2023)

L'application est testée pour identifier et corriger les bugs, et pour vérifier qu'elle répond aux besoins des utilisateurs. Puis elle est diffusée auprès des malades et de leurs familles.

## RECRUTEMENT DE L'APPRENTI ( JANVIER 2024 - AVRIL 2024)

Un apprenti Game Designer est recruté pour préparer de nouveaux scénarios et pour renforcer l'engagement et le divertissement des utilisateurs.



## PHASE DE DEVELOPPEMENT (Octobre 2023 -Fin Nov. 2023)

Durant cette phase, la version minimale viable de l'application et du support web sont développée par le développeur **Android - PYTHON - JAVA**

## PHASE D'AMELIORATION (JANVIER 2024 - AVRIL 2024)

Durant cette phase, l'application est surveillée, les problèmes sont résolus, les retours des utilisateurs sont recueillis et des améliorations sont apportées.

## PHASE DE PLANIFICATION ET D'EXPANSION ( AVRIL 2024 ---->)

L'apprenti teste de nouveaux scénarios pour fidéliser l'audience, puis le gérant s'occupe de l'expansion de notoriété, de la com", et des premiers événement de promotion de la solution.



# Business Model

## PARTENAIRES CLÉS

EPHAD, Développeur d'application,  
Bêta testeurs, Google,  
Alzheimer France, Vaincre Alzheimer,  
MédicalPédia

## ACTIVITÉS CLÉS

Univers ludique et divertissant autour  
d'un enjeux réel.  
Solution active pour lutter  
contre Alzheimer

## PROPOSITION DE VALEUR

Prévention et information de la maladie  
d'Alzheimer,  
Habitude les personnes âgées  
aux nouvelles technologies  
Créer du contact humain

## RESSOURCES CLÉS

Site internet et Appli mobile et tablette.  
Connaissance sur la santé et sur Alzheimer.  
Connaissance en création de jeux et  
d'escape game.

## RELATION CLIENT

Service client téléphonique et onglet  
contact sur la plateforme.  
Modérations sur les réseaux.  
Témoignage et avis utilisateurs.

## SEGMENT CLIENT

Personnes commençant à avoir des troubles  
de la mémoire ou ayant Alzheimer.  
Leurs entourages (enfants, famille..etc..)  
Les passionnés d'énigme et de jeux.

## CANAUX DE DISTRIBUTION

Site Internet - Emailing  
Réseaux sociaux - Application  
Play Store - Pub flyers EPHAD  
Site des assos partenaires

## SOURCE DE REVENUS

Scénarios unique et supplémentaire à 5€  
Dons pour l'app et les associations  
partenaires.  
Pub In App (discrète et sans rapport avec le  
support, c'est un moyen d'auto-finance)

## STRUCTURE DE COÛTS

Dév' du site et de l'application mobile  
(inscription via Facebook/Google/Mail).  
Référencement site web et hébergeur  
MAJ du site et de l'appli + abo Play et Istore  
Mise en place promo Réseaux sociaux

# Plan de financement

## SON BUT :

Je commence mon projet le 01/01/24, avec un apport en capitaux propres de 2 000 euros et un prêt de 100 000 euros ainsi qu'une campagne de financement estimée à 50 000 euros .

Ces fonds me permettront de couvrir la totalité de mon besoin de financement initial qui est de 160k €

## INVESTISSEMENT IMMATÉRIELS

|  |           |
|--|-----------|
| FRAIS D'ENREGISTREMENTS (JOAFE) _        | __0 €     |
| HONORAIRES _____                         | 0 €       |
| CAPACITÉ JURIDIQUE _____                 | _44 €     |
| FRAIS DE GREFFE_ _____                   | 67 €      |
| MARKET', COMM', ET RÉFÉRENCIEMENT(Année) | 10000 €   |
| CRÉATION SITE ET APPLI__                 | 550 €     |
| MAINTENANCE ET MAJ (Année)___            | _6000 €   |
| RESSOURCES HUMAINES(Salaires)            | 1105600 € |
| PAIEMENT PLAYSTORE (A vie) _____         | _25 €     |
| PAIEMENT APPSTORE (Année)_               | 99 €      |
| DEV ESCAPE (Gameflox et support) _       | 4000 €    |

## INVESTISSEMENT MATÉRIELS

|                          |        |
|--------------------------|--------|
| MATÉRIELS INFORMATIQUE _ | 5000 € |
| HONORAIRES ___           | 500 €  |

## INVESTISSEMENT FINANCIERS

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| GARANTIE PROFESSIONNELLES _ | 2000 € |
| BESOIN EN FOND DE ROULEMENT | 0 €    |

**TOTAL :** 133 885,00 €





# Méthode d'estimation globale du marché

Le remboursement de 150 000 euros est justifié par un marché potentiel de 2 millions de personnes touchées par Alzheimer en France.

En prenant en compte le fait que chaque personne a en moyenne 2 enfants, et que ces enfants peuvent avoir entre 1 et 3 petits-enfants, nous pouvons estimer que le marché potentiel inclut également ces membres de la famille.

En ciblant 2% des personnes atteintes, soit environ 40 000 utilisateurs, avec des scénarios vendus à 5 euros l'unité, nous atteignons une rentabilité intéressante (200 000€ estimés au plus bas).

Ces projections restent prudentes et ne tiennent pas compte d'autres sources de revenus potentielles telles que les dons ou les partenariats avec des associations.

# Compte de résultat des charges

| <b>PRODUITS (HT)</b>                          | <b>ANNÉE 1</b>   | <b>ANNÉE 2</b>   | <b>ANNÉE 3</b>   |
|---|------------------|------------------|------------------|
| <b>PRESTATIONS DE SERVICES</b>                | <b>110 000 €</b> | <b>210 000 €</b> | <b>300 000 €</b> |
| <b>TOTAL PRODUITS :</b>                       | <b>110 000 €</b> | <b>210 000 €</b> | <b>300 000 €</b> |
| <b>CHARGES D'EXPLOITATION ET CHARGES (HT)</b> | <b>0 €</b>       | <b>- €</b>       | <b>- €</b>       |
| <b>ACHAT DE FOURNITURE</b>                    | <b>800 €</b>     | <b>1000 €</b>    | <b>1000 €</b>    |
| <b>EAU</b>                                    | <b>300 €</b>     | <b>300 €</b>     | <b>300 €</b>     |
| <b>ELECTRICITÉ</b>                            | <b>300 €</b>     | <b>300 €</b>     | <b>300 €</b>     |
| <b>FOURNITURES D'ENTRETIENS</b>               | <b>0 €</b>       | <b>- €</b>       | <b>- €</b>       |
| <b>FOURNITURES ADMINISTRATIVES</b>            | <b>200 €</b>     | <b>300 €</b>     | <b>500 €</b>     |
| <b>FOURNITURES DIVERSES</b>                   | <b>0 €</b>       | <b>- €</b>       | <b>- €</b>       |

# Compte de résultat de la structure

|   | ANNÉE 1                           | ANNÉE 2     | ANNÉE 3   |
|---|-----------------------------------|-------------|-----------|
| Charges externes                          | 6000 €                            | 5250 €      | 5250 €    |
| Loyers et charges locatives               | 0 €                               | 4000 €      | 4000 €    |
| Assurances                                | 0 €                               | 1000 €      | 1000 €    |
| Entretien (locaux, matériel)              | 6000 €                            | 250 €       | 250 €     |
| Autres charges externes                   | 3200 €                            | 3200 €      | 3200 €    |
| Honoraires                                | 2500 €                            | 2500 €      | 2500 €    |
| Téléphone                                 | 200 €                             | 200 €       | 200 €     |
| Internet                                  | 500 €                             | 500 €       | 500 €     |
| Publicité                                 | comprise dans le budget marketing |             |           |
| Frais de transport                        |                                   |             |           |
| Emballages et conditionnement             |                                   |             |           |
| Divers                                    |                                   |             |           |
| Impôts et taxes                           | 675 €                             | 937 €       | 1313 €    |
| CFE                                       |                                   |             |           |
| CVAE                                      |                                   |             |           |
| Formation continue                        | 10 €                              | 419 €       | 589 €     |
| Taxe apprentissage                        | 665 €                             | 518 €       | 726 €     |
| Frais de personnel                        | 150 000 €                         | 230 000 €   | 230 000 € |
| Rémunération du dirigeant                 | 0                                 | 30 000 €    | 30 000 €  |
| Salaires et charges sociales des salariés | 150 000 €                         | 180 000 €   | 200 000 € |
| Total charges                             | 160 675 €                         | 221 287 €   | 242 865 € |
| Résultat avant impôts                     | -375 €                            | 99 313 €    | 157 137 € |
| Impôts sur les sociétés                   | 56,25 €                           | 24 148,33 € | 43 423 €  |
| RESULTAT NET                              | -431,25 €                         | 75 165 €    | 113 714 € |



## VI) Marketing et communication

# Objectifs de communication

## **Notoriété**

Gagner en visibilité pour atteindre les intéressés



## **Communauté**

Créer de l'intérêt et de l'interaction entre les utilisateurs



## **Diffusion**

Mettre en place des partenariats en montrant une solution optimale



## **Fidélisation**

Conserver notre audience en proposant des contenus additionnels et de MAJs





# La notoriété et la diffusion



En plus d'une promotion de l'outil par des **outils print** ainsi que le soutien des **différentes structures** traitant de cette maladie, il me semble important d'opter aussi pour une **promotion ultra-ciblée** sur les réseaux en particulier **LinkedIn**, afin d'informer les différents soutiens et partenaires de cet outil et de ces avancées, ainsi que sur **Facebook** notamment pour la partie **SMA** (social média advertising), qui aurait pour but de faire de la promotion **ultra ciblé sur les groupes** traitant d'outils médicaux à besoin des particuliers et des aides pour alzheimer.

---

Une présence dans **les médias** me paraît également judiciable. En ce qui concerne, ma stratégie commerciale, le modèle le plus adapté au service que je veux proposer est une **adhésion gratuite** et un **financement participatif** par le biais des mécénats, de donation et du soutien des acteurs du milieu...

Pour illustrer cela, l'association Alzheimer France a réuni près de **7 millions d'euros** en 2019 par différents partenaires privés.





# Plan et positionnement de communication

L'objectif du **plan de communication** est d'abord de faire connaître le support "**Médileaf**" rapidement et en particulier par des « **early adopters** » et inciter à l'usage **en famille** afin de rapidement valider le modèle et créer un côté **pratique** autour du concept.

Ensuite la stratégie de communication sera aussi ajustée pour créer des **ventes récurrentes** au sein du support pour accéder à des **parcours supplémentaires** à partager pour les utilisateurs déjà conquis.

Le Plan de communication s'articulera donc dans un premier temps sur une phase de **trois mois** autour du lancement de l'application, puis dans un deuxième temps d'un accompagnement marketing pendant **les douze mois suivants** aux fins d'assurer des achats en nombre suffisant pour générer le chiffre d'affaires prévisionnel de l'année d'exploitation 1 de 15 mois.

Ce lancement en deux phases permettra aussi d'associer les "**early adopters**" à la phase 2, de **renforcer le notion d'un outil pratique et utile** et d'ajuster des points qui auront été perçus comme les plus porteurs dans la communication de lancement.

Afin de pouvoir échanger sur un pied d'égalité, la communication s'articulera donc autour d'un **ton bienveillant, divertissant, "healthy"** afin de promouvoir du **bien, du beau et du bon pour la santé**, tout simplement.



# Deux vagues de communications :

01

## SITE WEB et SUPPORT APK

Référencement par mots clés , titre et sous titre balisé et réglémenté, image nommée..etc..

02

## Annonce R-S

Mettre en place des posts ainsi que des annonces par le biais de google Ads auprès des différentes communautés pour informer de l'existence du support.

03

## Formation et partenariat

Organisme de lutte et de prévention pour Alzheimer, EPHAD, gestionnaire d'e-santé, corps médicaux spécialisés, tous les relais sont bons à prendre.

01

## Flyers et PLV dans les centres

Mise en place d'une stratégie sur papier dans les centres spécialisés pour promouvoir le dispositif auprès des principaux intéressés et de leurs familles quand elle y passent.

02

## PUBLICITES R.S

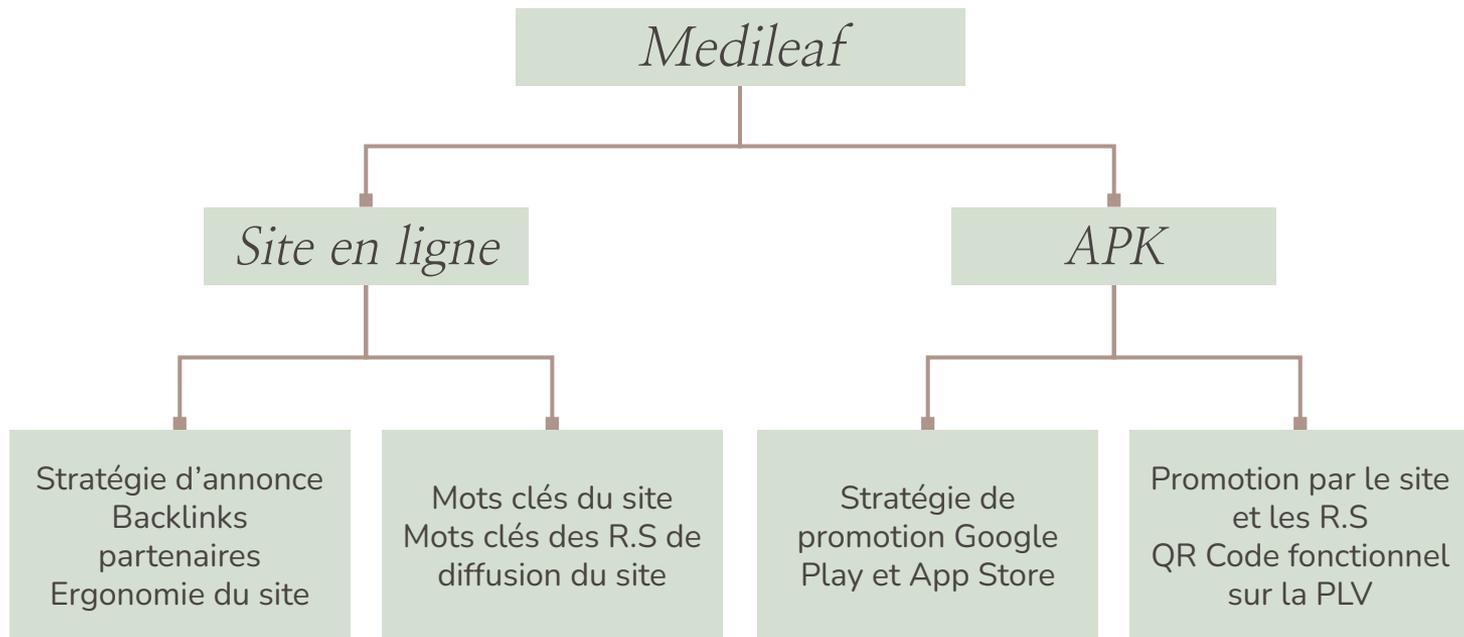
Il est bon de rappeler à la communauté que le support est là, que de nouveau scénarios sorte, que des record sont battus..etc..

03

## NEWSLETTER

Tenir informé nos utilisateurs ainsi que les organismes de diffusions, associations et centre par le biais de newsletter !

# Promotion du site web et de l'APK



# Mots clés et référencement

## MOTS CLES GENERAUX

- #EscapeGame
- #JeuxCognitifs
- #JeuxPourMémoire
- #StimulationCognitive
- #JeuxPourSeniors
- #Bien-être
- #SantéMentale
- #Alzheimer
- #MaladieAlzheimer
- #SoutienAuxAidants
- #Mémoire

## COMMUNICATION

- #Innovation
- #Technologie
- #SolutionNumérique
- #AméliorationDeLaQualitéDeVie
- #Rémémorance
- #JeulInteractif
- #Aventure
- #Sourire
- #Connexion

|    |                        |     |       |      |      |        |     |      |      |  |
|----|------------------------|-----|-------|------|------|--------|-----|------|------|--|
| 4  | aventure famille       | EUR | 500   | 900% | 0%   | Faible | 1   |      |      |  |
| 5  | jeux en famille        | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Élevé  | 99  | 0,25 | 0,66 |  |
| 6  | activité               | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 2   | 0,11 | 0,57 |  |
| 7  | divertissement         | EUR | 5000  | -90% | 0%   | Faible | 1   |      |      |  |
| 8  | alzheimer              | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 3   | 0,15 | 1,96 |  |
| 9  | activité               | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 2   | 0,11 | 0,57 |  |
| 10 | loisirs                | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 1   | 0,09 | 1,63 |  |
| 11 | maladie d alzheimer    | EUR | 50000 | 0%   | 900% | Faible | 8   | 0,12 | 1,67 |  |
| 12 | démence                | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 1   | 0,31 | 2,54 |  |
| 13 | maladie alzheimer      | EUR | 50000 | 900% | 900% | Faible | 7   | 0,10 | 1,74 |  |
| 14 | spéléologie            | EUR | 50000 | 0%   | 0%   | Faible | 2   | 0,32 | 0,74 |  |
| 15 | péricolaire            | EUR | 50000 | 0%   | 900% | Faible | 0   | 0,50 | 2,28 |  |
| 16 | syvain leoné           | EUR | 500   | 900% | 900% | Faible | 0   |      |      |  |
| 17 | les loisirs            | EUR | 500   | 0%   | 0%   | Faible | 0   |      |      |  |
| 18 | alzheimer précoc       | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 4   | 0,14 | 1,97 |  |
| 19 | une activité           | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 0   |      |      |  |
| 20 | l alzheimer            | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 1   | 0,86 | 3,27 |  |
| 21 | jeux de société        | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Élevé  | 100 | 0,07 | 0,26 |  |
| 22 | alzheimer traité       | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 13  | 0,10 | 1,39 |  |
| 23 | alzheimer age          | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 4   | 0,58 | 1,86 |  |
| 24 | alzheimer hérid        | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 4   | 0,08 | 1,86 |  |
| 25 | la maladie d alzheimer | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 9   | 0,14 | 1,86 |  |
| 26 | alain delon alzheimer  | EUR | 50    | 0%   | 0%   | Faible | 0   |      |      |  |
| 27 | parascolaire           | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 2   |      |      |  |
| 28 | jeu des 7 familles     | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Élevé  | 100 | 0,15 | 0,45 |  |
| 29 | jeu de société fa      | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Élevé  | 100 | 0,09 | 0,26 |  |
| 30 | 100 l'alzheimer        | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Élevé  | 100 | 0,14 | 0,22 |  |
| 31 | traitement alzheimer   | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 10  | 0,08 | 1,39 |  |
| 32 | réseautage             | EUR | 5000  | 0%   | 0%   | Faible | 1   | 0,64 | 1,28 |  |
| 33 | alzheimer infantil     | EUR | 5000  | 0%   | -90% | Faible | 0   | 0,54 | 5,62 |  |

|                          |                  |              |         |     |        |   |        |        |  |
|--------------------------|------------------|--------------|---------|-----|--------|---|--------|--------|--|
| <input type="checkbox"/> | aventure famille | 100 – 1 k    | + 900 % | 0 % | Faible | – | –      | –      |  |
| <input type="checkbox"/> | jeux en famille  | 1 k – 10 k   | 0 %     | 0 % | Élevé  | – | 0,25 € | 0,66 € |  |
| <input type="checkbox"/> | activité         | 10 k – 100 k | 0 %     | 0 % | Faible | – | 0,11 € | 0,57 € |  |
| <input type="checkbox"/> | divertissement   | 1 k – 10 k   | -90 %   | 0 % | Faible | – | –      | –      |  |
| <input type="checkbox"/> | alzheimer        | 10 k – 100 k | 0 %     | 0 % | Faible | – | 0,15 € | 1,96 € |  |

# Reseaux



## PARTAGER DU BIEN

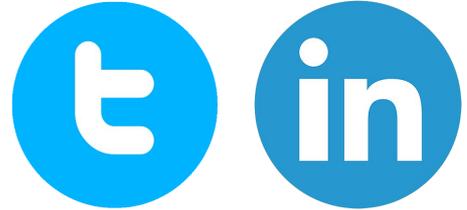
Véritable réseaux d'image, l'idées est avant tout d'y partager du contenu beau et éthique en partageant nos actions contre la dégénérescence et celle des associations sponsor



## PARTAGER DU FUN

Le réseau phare pour partager le contenu auprès des groupes ciblés, pour y partager la vidéo de promotion et les sorties et MAJ des scénarios.

Sur des pages Alzheimer, mais aussi sur des pages escapes games comme VDGM ou EscapeFrance



## PARTAGER DE L'ATTENTION

Twitter et LinkedIn sont les plateforme idéale pour commenter les news autour du domaine scientifique, des innovations autour de la dégénérescence et des actions des assos. Elles nous permettent aussi d'assurer le SAV et de donner les records des joueurs tout en assurant un suivi BtoB !

# Planning des posts



**2 POSTS ET 3 STORIES PAR SEMAINE**

**Jours d'intérêts :**

Mardi, Jeudi, Dimanche  
(noël - pâques - vacances)

**Heures d'intérêts :**

12h -18h



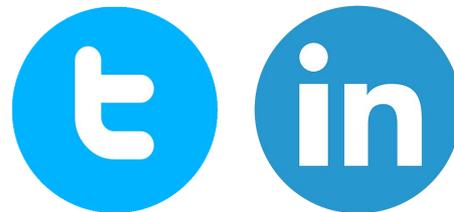
**3 POST PAR SEMAINE**

**Jours d'intérêts :**

Lundi, Jeudi, Samedi  
(noël - pâques - vacances)

**Heures d'intérêts :**

13h -20h



**1 POST RÉCAPITULATIF ET NEWS PAR SEMAINE + RÉPONSE A TOUTES LES QUESTIONS**

**Jours d'intérêts :**

Vendredi + Jours important  
(noël - pâques - vacances)



# Post Instagram type (1)

**ELLE BAT LE  
RECORD DE SA  
PETITE FILLE !**



Chaque instant compte. Médileaf offre des moments de joie, de connexion et de stimulation cognitive pour les personnes souhaitant apprendre à stimuler la matière grise tout en s'amusant !

Rejoignez-nous pour faire une différence dans leurs vies et redonner le sourire à ceux qui comptent le plus. 🌟❤️

*#EscapeGameAlzheimer #RaviverLesSouvenirs  
#MomentMémoire #JeuReflexion  
#AventureFamilial*





## Post Instagram type (2)



Le pouvoir de l'esprit est illimité, même lorsque la mémoire commence à s'estomper. Notre application d'escape game propose des défis passionnants pour aider les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer à rester mentalement actives et engagées.

Rejoignez-nous dans cette aventure unique et transformez des vies ! 🧠 ✨

*#JeuxPourMémoire #EscapeGameAlzheimer  
#MomentMémoire #JeuReflexion  
#AventureDigital*





# Post Facebook type



📁 Découvrez MEDILEAF conçue spécialement pour les personnes qui souhaitent entraîné leur mémoire ! ✨✨ Offrant une expérience immersive et stimulante, Médileaf aide à raviver les souvenirs et à renforcer l'esprit. 🌞🌱  
Rejoignez-nous dans cette aventure unique qui crée des moments inoubliables avec vos proches en vous reconnectant avec les moments importants.

Téléchargez dès maintenant et redonnez le sourire à ceux qui comptent le plus. 🎮❤

*#EscapeGameAlzheimer #JeuxInteractif  
#JeuCognitif #MomentMemoire*





# Post LinkedIn et Twitter type



## EXEMPLE 1

"💡 Besoin d'une activité engageante pour votre proche atteint d'Alzheimer ? Essayez notre escape game spécialement conçu pour stimuler la mémoire et la cognition. Une expérience amusante et enrichissante à partager en famille ! #Alzheimer #EscapeGame #JeuxEnFamille"

## EXEMPLE 2

"🧩 À la recherche d'un moyen ludique d'exercer la mémoire de vos proches atteints d'Alzheimer ? Découvrez notre escape game familial ! Chaque énigme résolue est une victoire contre l'oubli. Relevez le défi ensemble ! #Alzheimer #EscapeGame #StimulationMentale"





# Newsletters

01

## TENIR AU COURANT LES UTILISATEURS

Tenir informé les utilisateurs des nouveautés dans le supports, des nouveau scénario, mettre en place des événements sur le supports, tenir informé de record battu..etc..

02

## Partenaires et mécène

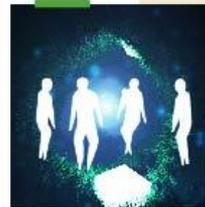
Via le support, il est possible de faire des dons aux associations alzheimer france et vaincre alzheimer, il serait indispensable d'informer ce que font ces divers associations, des actualités de notre support et de l'avancée des scénarios, et de la communauté !



Découvrez dès maintenant l'appli medileaf !

"Le monde est un terrain de jeu, tous les enfants savent ça, mais on finit par l'oublier en grandissant."  
- Wes Hill, Film

ESSAYEZ L'APPLI !



## IMONIUM, l'histoire aux flashes bénéfique !

Découvrez comment le nouveau scénario IMONIUM vous permet de voyager dans un univers en 3 dimensions, avec son style onirique. Il vous soumettra à plusieurs énigmes de logique et vous espères de nombreux flashbacks à des animations par flashs et séquences permettant de faire travailler le cortex, réviser et célébrer et ceux, afin de l'encadrer au mieux !

JOUER

## Vous ne connaissez pas Josette ?

Les infos connus cette semaine sont des plus incroyables !

Votre octogénnaire de 87 ans vient de battre le record de la part "BabyCase" devenant ainsi la maîtresse des chapeaux français ! Elle provoque les autres joueurs et vous invite à faire mieux qu'elle, testez votre chance, sans son dentier, elle ne mord pas !

EN SAVOIR PLUS



LA MEILLEURE CHALLENGEUSE DE ST-LOUIS

Suivez - nous sur les réseaux !





# PLV Affiche et Flyer

## Ton de communication de la PLV.

L'affiche aborde un ton ironique et satirique qui correspondrait à un humour de personne âgées, elle s'adresse donc à ceci en les invitant à télécharger l'appli pour faire "comme les jeunes".

Le flyer quand à lui reste beaucoup plus "Healthy" et s'adresse plutôt au partenaire et aux associations qui interviennent pour mettre en place le supports dans les centres spécialisés.

Medileaf

**Découvrez dès maintenant l'appli medileaf !**

"Le monde est un terrain de jeu, tous les enfants savent ça, mais on finit par oublier en grandissant."  
- Sir Ken Robinson

**ESSAYEZ L'APPLI !**  
SCANNEZ ICI AVEC L'APPAREIL PHOTO

[WWW.MEDILEAF.FR](http://WWW.MEDILEAF.FR)

Medileaf

INTRODUISONS VOS RESTAURANTS !

**FAITES COMME LES JEUNES, ET AMUSEZ-VOUS ! VOUS VOUS SOUVENEZ ?**

HEU! Vive un moment Trouvaille

Un moment où l'on se souvient de partager un bon repas en famille ou entre amis.

OUVERTURE DÉCOUVREZ

Medileaf

**UTILE POUR LA SANTÉ**

Des jeux sur votre téléphone à partager avec vos proches! Et découvrez le service et l'aide à vivre reliés aux spécialistes. Ne perdez plus jamais du fil ou du filaire. Testez Medileaf!

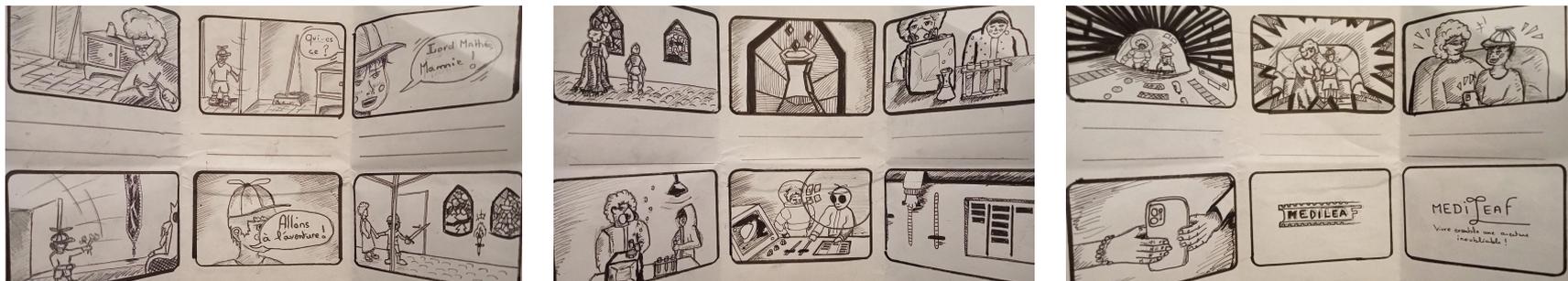
**UN MOMENT CONVIVALE**

Même sans une petite adresse pour apprendre à utiliser un smartphone, utilisez votre smartphone pour apprendre à jouer à vos petits enfants.

**TELECHARGEZ L'APP**  
← SCANNEZ ICI AVEC L'APPAREIL PHOTO

[WWW.MEDILEAF.FR](http://WWW.MEDILEAF.FR) ★★★★★

# Projet de tournage d'une pub (octobre 2023)



## LE BUT DE CETTE VIDÉO PUBLICITAIRE



Cette vidéo publicitaire a pour but d'encourager à l'usage du support, on y voit un jeune homme rentrer chez sa grand mère et l'emmenner dans plusieurs mondes fantastiques. En premier un château du moyen âge où le petit est un chevalier et sa mamie une reine. En reconstituant les vitraux, on zoom dessus et on arrive dans un laboratoire. Ici l'enfant et sa mamie sont des chimistes. Après plusieurs mélange, les bulles qui monte dans le ciel nous emmène dans une soucoupe volante où l'enfant est un alien et sa mamie une cosmonaute. Le tout part dans une accélération alors qu'en vérité, depuis le début, les deux sont dans le canapé, et joue à une histoire sur médileaf !



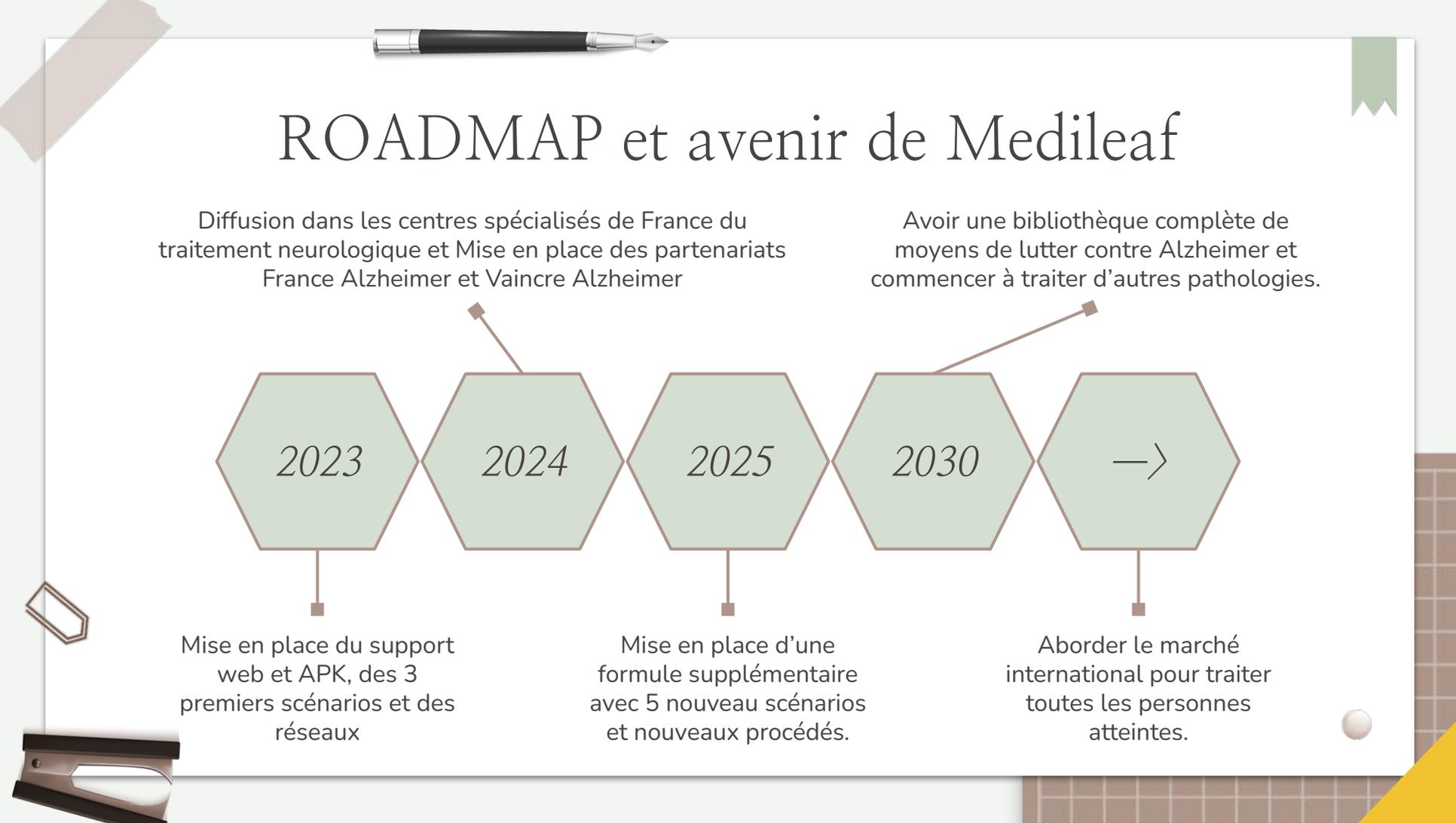
# Demo du jeu



<https://youtu.be/v6héh9aFCo>

[https://drive.google.com/file/d/1KuebHnbehjJn0FYV/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1KuebHnbehjJn0FYV/view?usp=drive_link)

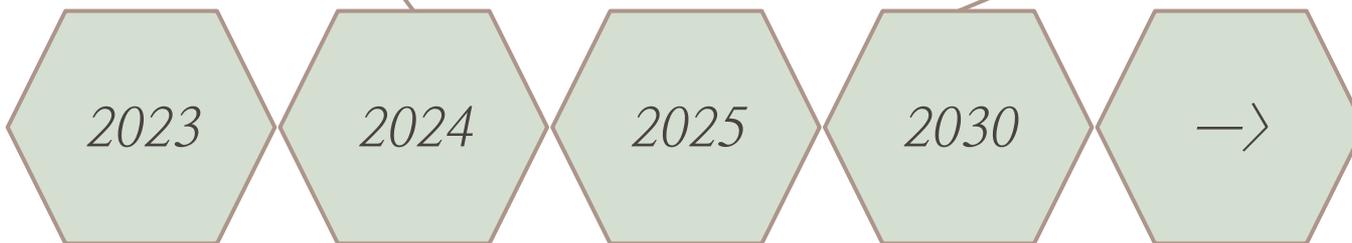




# ROADMAP et avenir de Medileaf

Diffusion dans les centres spécialisés de France du traitement neurologique et Mise en place des partenariats France Alzheimer et Vaincre Alzheimer

Avoir une bibliothèque complète de moyens de lutter contre Alzheimer et commencer à traiter d'autres pathologies.



Mise en place du support web et APK, des 3 premiers scénarios et des réseaux

Mise en place d'une formule supplémentaire avec 5 nouveau scénarios et nouveaux procédés.

Aborder le marché international pour traiter toutes les personnes atteintes.



# Conclusion

Médileaf se positionne comme un outil qui n'entend pas être "LA SOLUTION", mais plutôt comme un moyen d'accompagner le quotidien de milliers de personnes touchées par Alzheimer.

Notre produit offre du temps et du réconfort à nos proches et à ceux qui en ont le plus besoin.

Nous sommes reconnaissants de votre intérêt pour ce projet, et nous sommes convaincus que Médileaf apportera une expérience positive et bénéfique à tous ceux qui l'utilisent.

Merci d'avoir pris le temps de considérer l'impact que notre application pourrait avoir dans la lutte contre cette maladie dégénérative et pour soutenir les personnes affectées.

**Ensemble, nous pouvons faire une différence significative dans la vie de ceux qui en ont le plus besoin.**





Merci  
de votre  
lecture !



# Liens utiles

## Sources et références :

- <https://solidarites-sante.gouv.fr/systeme-de-sante-et-medico-social/e-sante/mon-espace-sante/article/mon-espace-sante-le-carne-t-de-sante-numerique-de-tous-les-citoyens>
- <https://www.talenteo.fr/cancer-innovations/>
- <https://www.affiches-parisiennes.com/le-droit-de-la-sante-a-l-heure-des-nouvelles-technologies-107439.html#:~:text=La%20loi%20bio%C3%A9thique%20pr%C3%A9voit%20ainsi.un%20traitement%20de%20donn%C3%A9es%20algorithmique>
- [https://esante.gouv.fr/sites/default/files/media\\_entity/documents/ANS\\_GUIDECYBER\\_PHASE%201-EXE%20-V2.pdf](https://esante.gouv.fr/sites/default/files/media_entity/documents/ANS_GUIDECYBER_PHASE%201-EXE%20-V2.pdf)
- <https://www.fondation-alzheimer.org/quelles-sont-les-dernieres-innovations-pour-lautonomie-des-patients-alzheimer-2/>
- <https://www.fondation-alzheimer.org/la-musique-pour-lutter-contre-alzheimer/>
- [https://ireps-bfc.org/sites/ireps-bfc.org/files/dt\\_ocs\\_promotion\\_sante\\_version\\_finale.pdf](https://ireps-bfc.org/sites/ireps-bfc.org/files/dt_ocs_promotion_sante_version_finale.pdf)
- <https://www.conseil-national.medecin.fr/sites/default/files/medecins-sante-connectee.pdf>
- <https://www.bonjournior.fr/actualites/objets-connectes-alzheimer#:~:text=La%20montre%20connect%C3%A9e%20%3A%20Certaines%20montres.le%20prochain%20rendez%20vous%20etc.>

