



■ Alors qu'ils sont majoritairement mis en avant dans le cadre d'opérations de promotion interne, les jeux intelligents peuvent aussi être utilisés pour sensibiliser les salariés à la gestion des risques.

FORMATION - NUMÉRIQUE - *SERIOUS GAMES*

## Du virtuel à la réalité pour la gestion des risques

C'est ce qu'on appelle « faire le buzz ». Début juin, le Cigref, réseau de grandes entreprises françaises qui entend promouvoir la culture numérique comme source d'innovation, dévoilait sur son site Internet les premières images de « *Keep on Eye* » (« Ouvrir l'œil » en

français), un jeu d'aventure 3D dont le lancement est prévu en janvier prochain. Dès lors, la vidéo, digne de la bande-annonce d'un film d'animation, fut rapidement partagée sur les réseaux sociaux et commentée par la presse informatique. Car contrairement à ce que l'on

pourrait croire, ce *teaser* n'annonce pas l'arrivée sur le marché d'un jeu vidéo, mais bien celle d'un *serious game*.

### Mobiliser l'attention sans augmenter l'angoisse

Apparus au début des années 2000 aux États-Unis, ces « jeux

intelligents » sont aujourd'hui en pleine expansion. « Les entreprises ont recours à ces outils virtuels essentiellement pour former leurs commerciaux aux techniques de vente, ou pour faire la promotion de leur marque dans le cadre de recrutements », indique Laurent Auneau,

fondateur de Succubus Interactive, un studio nantais spécialisé dans la conception de *serious games*. « Mais depuis peu, quelques grandes entreprises les utilisent aussi dans le cadre de leur gestion des risques », ajoute-t-il, citant en exemple Électricité Réseau Distribution France (ERDF) qui a fait appel à Succubus Interactive pour développer un jeu sérieux destiné à mobiliser l'attention de ses salariés sur les consignes de sécurité à respecter lors d'opérations de maintenance des installations électriques.

Françoise Gaucher, risk-manager du groupe La Poste, a animé en février un atelier intitulé « Serious game : un nouveau testing pour la gestion de crise ? » lors des vingt-deuxièmes Rencontres de l'Amrae organisées à Deauville. Convaincue du potentiel de ces outils de simulation, elle explique que « ce sont de bons moyens, ludiques et pédagogiques, pour sensibiliser tous les collaborateurs à la prévention des risques qui menacent les entreprises, sans que cela ne soit anxiogène comme le sujet pourrait l'être ».

### L'indispensable mise en situation

Et ce n'est pas leur seul avantage. « Les jeux sérieux, qui sont très proches de la réalité, sont l'occasion de mettre les salariés aux commandes. Car, jusqu'à présent, la mise en situation est justement ce qui manquait aux formations classiques ou même à celles dispensées en e-learning. Par l'intermédiaire des *serious games*, les collaborateurs sont donc vraiment confrontés aux dangers, sans pour autant qu'ils aient à prendre des risques », précise Pascal Buffard, président du Cigref et d'Axa Technology Services.

**BRUNO AYRAULT**, RESPONSABLE PRÉVENTION SÉCURITÉ ET MANAGEMENT DES RISQUES AU FUTUROSCOPE

### « Des outils modernes et vivants »

#### ■ Quel est l'intérêt des *serious games* dans le cadre d'une gestion des risques ?

Ce n'est pas évident d'impliquer les salariés dans la prévention des risques. Au travers de formations classiques, basées essentiellement sur du présentiel et dispensées lors des recrutements, nous abordons ces questions. Mais rapidement, pris dans leur quotidien, les collaborateurs oublient ce qu'ils ont appris durant ces formations. Pour retenir leur attention, il faudrait donc s'appuyer sur des outils de sensibilisation modernes, vivants et plus participatifs. De ce fait, les *serious games* seraient une solution intéressante. Rarement ou partiellement confrontés à des risques importants, les salariés pourraient ainsi, au travers d'un jeu virtuel, avoir plus facilement conscience des dangers potentiels qui guettent l'entreprise.

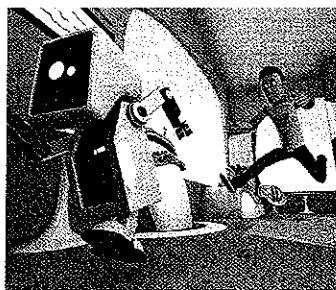
#### ■ Pourquoi ne pas avoir déjà lancé un *serious game* dans votre entreprise ?

C'est un produit assez onéreux et, en l'occurrence, la branche prévention est souvent celle où les budgets ne sont pas extensibles. Toutefois, je ne doute pas que l'utilisation des *serious games* va progressivement être étendue. Toutes les grandes entreprises commencent à reconnaître l'importance du risk-management dans leur organisation. Si bien que les moyens consacrés à la gestion des risques ont tendance aujourd'hui à croître peu à peu.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR N. T.



J.L. AUDY/FUTUROSCOPE



SUCCUBUS

300 000 €

Le budget que peut atteindre la réalisation d'un *serious game* sur mesure en France.

Destiné à attirer l'attention des salariés sur les dangers numériques qui menacent les entreprises, « Keep on Eye » propose à chaque joueur de devenir « l'ange gardien » d'un salarié, afin de l'aider « à protéger ses données » et de devenir soi-même « infallible en matière de sécurité digitale », à en croire la bande-annonce mise en ligne. « Ainsi, selon les circonstances de jeu, et après plusieurs essais, les salariés savent exactement quel comportement adopter face aux multiples dangers », explique Laurent Auneau, de Succubus Interactive. Car c'est là aussi l'attrait de ces outils interactifs.

Plusieurs scénarii sont souvent envisageables, et en fonction des choix pris par les salariés, l'expérience sera différente à chaque partie.

Pourtant, malgré un intérêt certain, le *serious game* dédié à la gestion des risques peine encore à s'imposer en France. Pour l'instant, peu de risk-managers et d'organismes de formation y ont recours. « Le problème, c'est qu'il s'agit d'un produit qui nécessite beaucoup de graphisme et de développement. Résultat, le coût de fabrication peut rapidement s'élever à plus de 300 000 € », constate Bernard Odaou, responsable du pôle e-learning et enseignement à distance de l'Institut de formation de la profession de l'assurance (Ifpass) et qui n'est pas utilisateur de ces jeux intelligents.

### Lisser les bonnes pratiques dans le monde entier

La solution ? « Il ne faut pas hésiter à mutualiser les investissements », répond Pascal Buffard, qui précise que quarante membres du Cigref, intéressés par l'utilisation en interne de son *serious game*, se sont engagés à le cofinancer. « Au final, la facture sera certainement de moins de 10 000 € par entreprise », indique le président du réseau. Loin d'être tous conçus sur mesure, certains jeux, comme « Keep on Eye », sont en effet plus standards et exploitables par plusieurs entités françaises. Mais aussi par leurs filiales étrangères. « Comme ils sont souvent disponibles dans différentes langues et facilement diffusables, les *serious games* se révèlent être efficaces pour lisser les bonnes pratiques à l'international », conclut Françoise Gaucher de La Poste.

■ NICOLAS THOUET

...