

# Serious games. Apprendre en jouant

Allier sérieux et jeu, une utopie? Pour les éditeurs de serious game, c'est au contraire un moyen alternatif de communiquer, d'informer, de former.

La "gamemania" s'est emparée des entreprises : qu'il s'agisse de marketing, de sensibilisation, de formation... le serious game, ou jeu sérieux, est là. En février dernier, la Fédération française du bâtiment Région Rhône-Alpes présentait, sur le salon BlueBat, à Eurexpo, SIMUrénov, un logiciel de jeu interactif sur la rénovation des bâtiments. En juin, Ratice Loire et Zoomacom organisaient dans la Loire un atelier de formation autour du serious game. Dernièrement, le Medef inaugurerait la Semaine école entreprises en Rhône-Alpes avec le Chocofactory, un jeu concours pour sensibiliser les jeunes au monde de l'entreprise. Les exemples ne manquent pas.

En entreprise, l'un des usages les plus répandus concerne la formation du personnel. Le "learning game", qui utilise des techniques du jeu vidéo à des fins d'apprentissage, a l'énorme avantage de rompre avec les méthodes classiques, ce qui permet l'immersion de l'apprenant dans un environnement particulier, scénarisé, ou encore d'optimiser le temps de formation



● Qoveo vient de lancer "À la recherche des données perdues", un jeu en quatorze épisodes proposé en mode hébergé pour sensibiliser les salariés à la confidentialité et à la sécurité des données.

et son efficacité grâce à un suivi très personnalisé.

## Ingénierie pédagogique

« Notre valeur ajoutée est notre capacité d'ingénierie pédagogique, c'est-à-dire comment se servir de nouvelles technologies pour atteindre des objectifs pédagogiques », explique Christian Gayton, cofondateur et dirigeant de Qoveo, éditeur lyonnais de solutions RH.

Le jeu peut ainsi être utilisé pour des sujets très sérieux. La Banque populaire Loire et Lyonnais forme par exemple ses conseillers aux nouvelles réglementations et lois de finances avec les solutions RH de Qoveo. Une logique multimédia est déployée, avec des applications sur internet, iPhone, webTV... De

fait, les utilisateurs sont de plus en plus demandeurs de solutions innovantes. Si pour l'heure il faut "doser" le degré de technologie en fonction des générations en poste, inutile de dire qu'à l'avenir, les services RH ne pourront plus faire l'économie de supports attractifs. « La génération Y, on ne la met plus en salle ! », prévient Christian Gayton. « Notre problématique est de faire des choses attractives et motivantes pour les utilisateurs, qui peuvent être différents chez un même client, tout en respectant des contraintes de coût », résume Vincent Dupin, directeur adjoint de Symetrix. Pour concilier e-learning et jeu vidéo sans alourdir trop les budgets et le temps de fabrication, le spécialiste du e-learning isérois

limite la "médiatisation" (les décors, l'habillage, etc.). Il privilégie le fond pédagogique et « l'interaction entre les héros de l'histoire et l'apprenant ».

## Place au "blended learning"

Ce dernier peut être intimement profilé afin d'optimiser l'apprentissage : en fonction de son degré de fatigue, de l'heure de la journée, de son temps disponible, la formation est adaptée. De plus, des temps non formels pour réaliser des exercices ou des missions hors du jeu sont possibles. « Cette rupture permet de pallier l'un des points faibles du e-learning, où chacun est devant son écran. Sur le temps non formel, on peut imaginer une infinité de scénarios où les gens sont amenés à faire du collectif ou du coopératif », détaille le dirigeant. Sortir de l'immersion dans la réalité simulée pour aller dans le monde réel... et mieux y replonger : c'est tout l'intérêt du "blended learning". Et l'objet de recherches. Symetrix, qui s'intéresse à la réalité augmentée, est ainsi porteur du projet européen Learning game factory, labellisé par Imaginove, qui associe neuf partenaires de la région. Lancé en janvier dernier, il vise à offrir aux entreprises, voire aux particuliers, une plateforme d'édition de learning.