

LE JOURNAL DE L'EMPLOI

La formation professionnelle introduit le jeu vidéo au bureau

Nouvelles pédagogies oblige, la formation professionnelle fait désormais appel aux jeux vidéo. Si les « serious games » permettent d'apprendre en s'amusant, ils sont aussi l'occasion pour l'entreprise de faire des économies.



ROBERT RECKER / ZEPH / CORBIS

Depuis 2004, les entreprises de plus de dix salariés doivent consacrer un montant d'au moins 1,6 % des rémunérations versées pendant l'année à la formation professionnelle, dont 0,9 % à la formation dans le cadre du plan de formation dans l'entreprise. L'informatique permet de concilier à la fois les technologies innovantes et la réduction des coûts, d'où le développement des formations informatisées ou « e-learning ». Pour rendre attirantes ces formations, on y superpose des aspects ludiques, utilisant le savoir faire des jeux vidéo. Mais attention, ce n'est pas du divertissement ! Le concept de jeu sérieux, traduction imparfaite du « serious game » anglo-saxon, se prête

parfaitement à la formation professionnelle : des pilotes d'avions de chasse militaires aux médecins spécialistes des opérations délicates, en passant par les conseillers clients de la banque-assurance et les employés d'une future usine dont la chaîne de production peut être simulée pour s'y habituer en amont de sa construction, les technologies permettent de recréer des environnements dans lesquels chacun peut s'exercer.

Économies. Pour Damian Nolan, responsable commercial chez Daesign, une entreprise spécialisée dans le serious game de formation sur les compétences comportementales, qui compte parmi ses clients Axa, Orange, BNP Paribas et la SNCF : « Nos produits génèrent beaucoup

d'intérêt », affirme-t-il. Depuis 2004, cette entreprise a recentré ses activités de l'édition de jeux vidéo classiques vers l'édition de serious games à vocation professionnelle de trois grandes catégories : le management avec de l'entraînement à la tenue des réunions annuelles individuelles, le commercial avec des formations aux techniques de vente et les relations clients. Ces formations permettent de réaliser des économies substantielles pour les entreprises clientes, comme pour la BNP Paribas, qui avait utilisé un produit Daesign pour la formation professionnelle, « Ils ont réalisé 1,3 million d'euros d'économies pour 2000 personnes », explique Damian Nolan. Même son de cloche chez Orange,

qui commence à utiliser un logiciel de simulation pour former leurs conseillers clients. Selon Mathieu, formateur chez Orange, « À ce jour, le ressenti est assez positif chez les formateurs et les chefs. »

Interactivité. La simulation virtuelle répond aussi à une tendance assez générale d'intégrer le jeu dans l'apprentissage, face à des comportements de rejet des méthodes où l'on s'expose, moins interactives, qui caractérisaient jusqu'alors les pédagogies. « Dans mon expérience, dans n'importe quelle formation de l'enfant à l'adulte, on cherche à amener du ludique et du concret, en favorisant l'interactif et le participatif et en évitant à la personne de s'exposer », explique Mathieu.

Julian Alvarez, docteur en sciences de l'information et de la communication qui

a réalisé une thèse sur les jeux vidéo, témoigne de la même expérience : « Les jeunes générations qui arrivent sur le marché du travail sont nées avec les jeux vidéo.

Les serious games répondent à une demande de pouvoir apprendre d'une manière plus interactive, qui convient à leur univers. » Les générations plus anciennes sont-elles défavorisées face à ce type de support ? C'est un cliché pour Damian Nolan, qui répond : « Chez Axa, les managers plus anciens dans l'entreprise ont réclamé de participer à la formation. Il faut que le contenu et le fond soient appropriés. » Support qui a de l'avenir donc, dans le registre de la formation professionnelle, mais qui ne peut se substituer aux autres types de formation.

« C'est quelque chose qui entre en forte complémentarité avec d'autres approches », conclut Julian Alvarez. ★

ELEANOR MOODY

emoody@humadimanche.fr

Pour aller plus loin:

www.game-consort.com : site d'un consortium entre les universités et les entreprises sur le jeu vidéo, lancé le 7 avril ; www.ludosciences.com : site qui recueille un grand nombre d'informations, notamment des liens thématiques.

LA PAROLE À...



JULIAN ALVAREZ,

DOCTEUR EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION.

« Ces jeux reposent sur un référentiel de bien et de mal. Mais qui le définit ? Au nom de quoi ? »

« Les serious games sont des jeux vidéo sur lesquels on greffe un scénario utilitaire. Ils peuvent être de deux types, pour véhiculer un message, éducatif, publicitaire, militant ou encore permettre un entraînement dans le cadre d'une simulation. Je pense qu'ils vont se développer, vu le succès du jeu vidéo depuis trente ans. Je ne vois pas de limites à leur champ d'application mais une limite philosophique, éthique : on y est obligé de définir un référentiel de bien et de mal. Qui le définit ? Au nom de quoi ? D'autre part, il ne faut pas négliger le corps : on peut ressentir une frustration physique, une accumulation d'énervement, voire du découragement face aux efforts à fournir, alors que tout est facile dans le virtuel. »