



<https://platinn.ch>

📅 juillet 7, 2021 🤝 Coopération

Le jeu comme outil de communication et de formation



Entrée de Jeux est une société coopérative spécialisée dans la création, la formation et le conseil sur les jeux thématiques pour entreprises et institutions. Basée à La Chaux-de-Fonds, l'entreprise propose ses services depuis fin 2015. Elle a bénéficié des prestations de coaching platinn.

C'est connu, on apprend mieux en ayant du plaisir. Les jeux sérieux, ou *serious games* en anglais, sont une manière innovante d'utiliser les mécaniques ludiques comme outils de développement de compétences ou de communication. Le jeu ne sert pas qu'un but récréatif, il permet alors de transmettre et d'assimiler des informations.

La gamification au service de l'apprentissage

Entrée de Jeux propose et développe un vaste choix de jeux tout public: jeux de rôles; jeux de pistes; jeux de société type cartes ou plateaux ou encore jeux d'évasion (*escape room*).

Du classique *team building* d'entreprise à la formation des enseignants en passant par les offices du tourisme et les musées, la coopérative s'adresse actuellement principalement à quatre marchés. Loïc Hans, 33 ans et co-directeur d'Entrée de Jeux, détaille: "La santé et le social représentent la plus forte demande, avec par exemple des demandes de jeux pour parler de l'addiction ou encore des émotions. Le développement durable avec la transition énergétique est également un secteur prometteur. Le patrimoine et le tourisme ont toujours été des débouchés logiques, notamment parce que la coopérative compte en son sein des historiens. Enfin, les institutions publiques et de formation, comme les services cantonaux et les hautes écoles, constituent l'autre grand marché."



Les Barons, Enquête dans la ville en damier, un jeu de pistes développé pour parler de l'urbanisme horloger.

En plus de la création et de l'édition de jeux, l'entreprise chaux-de-fonnière propose du consulting dans le domaine du jeu sérieux. En collaboration avec la HE-Arc Gestion, elle assure une formation continue pour adultes, le jeu comme outil de promotion et de communication, dont le but est de présenter les nouvelles tendances et les mécaniques ludiques afin que les participants puissent développer leur propre jeu-outil.

A travers le Festival Ludesco, membre de la coopérative, cette dernière dispose d'une plateforme de test auprès des plus de 10'000 festivaliers (édition 2019) ainsi que d'un accès à une collection de près de 900 jeux déjà édités. Ceci lui permet d'offrir des formations aux jeux et par le jeu, à travers toute la Suisse romande, à destination par exemple des éducateurs spécialisés ou des enseignants. Pour ces derniers, l'idée est d'amener de nouvelles ressources pédagogiques en classe: que ce soit pour occuper un enfant qui a terminé plus vite que les autres ou pour intéresser les jeunes à une thématique particulière.

Développer la culture du jeu et se faire connaître

Alors que dans d'autres pays comme la France, le domaine évolue vite, Entrée de Jeux fait office de pionnier en Suisse romande. Dans notre pays, la culture du jeu sérieux n'est pas encore très étendue et a démarré plus lentement.

Loïc Hans cite plusieurs réalisations. En 2019, la Brasserie des Franches-Montagnes cherchait une manière conviviale et alternative aux visites guidées habituelles. La coopérative a développé deux scénarios d'environ 1h chacun, permettant aux visiteurs de découvrir l'art du brassage et les personnages emblématiques de l'univers haut en couleurs de la brasserie tout en s'amusant dans les lieux.

Autre exemple, celui de *Voyage contre la montre*, un jeu conçu par l'historien Lionel Jeannerat, fondateur et coopérateur d'Entrée de Jeux. En empruntant un train d'époque entre Tavannes et La Chaux-de-Fonds, le groupe de visiteurs doit négocier une convention de travail dans le monde de l'horlogerie. Plusieurs rôles sont répartis entre les wagons de première et de deuxième classe: journaliste, patron, ouvrier, médecin, politicien, etc. Le trajet devient prétexte à se plonger dans l'histoire régionale tout en cherchant à atteindre ses objectifs. Les arrêts sont l'occasion de négociations intensives qui rythment le jeu.





Voyage contre la Montre, une activité de type team building.

La coopérative Entrée de Jeux emploie désormais trois employés permanents et mandate des prestataires externes indépendants selon les différents projets engagés. Le pôle de salariés arrive à s'autofinancer avec les différentes offres proposées et les coopérateurs amènent de nouveaux projets ou proposent leurs compétences.

Loïc Hans précise: "Nous avons doublé notre chiffre d'affaires depuis la fin du coaching platinn en 2019. La période covid ne s'est finalement pas trop mal passée. Il y a eu un trou, lié principalement aux animations annulées, mais les RHT ont permis de tenir le temps nécessaire pour faire évoluer le modèle d'affaire et débiter de nouveaux projets de création et de consulting. Désormais, il faut stabiliser notre chiffre d'affaires. Cela passe par des projets plus ambitieux qui permettent d'avoir une base sûre de revenus. La création d'un jeu représente un gros travail de recherche et d'écriture. Entre la prospection du client et d'éventuels partenaires, la définition du concept, la gestion du projet et des prestataires, l'édition d'un jeu de rôles ou de plateau s'étend typiquement sur une à deux années."

Passionnée dans un milieu encore peu professionnalisé, l'équipe d'Entrée de Jeux est patiente et déterminée à poursuivre l'aventure. Elle accompagne de plus en plus de monde dans son univers.

Pour en savoir plus... www.entree-de-jeux.ch

par Arnaud Gariépy

L'avis de l'entrepreneur



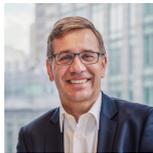
"La force d'une coopérative, ce sont ses membres et la richesse d'idées que chacune amène. Cependant, dès le départ du coaching, nous avons réalisé que nous étions un peu dispersés.

Thomas Meier nous a beaucoup aidé à segmenter les secteurs dans lesquels nous voulions prospecter, à avoir des fiches de produits, à réduire le nombre et le type d'activités, et finalement, à essayer d'avoir des activités répétables afin de gagner de l'argent. Sur ce dernier aspect, nous sommes revenus un peu en arrière depuis, car, hormis les formations, nous faisons que du sur-mesure désormais. Néanmoins, le coaching a permis d'explorer la direction du répétable, ce qui était judicieux. Surtout, il y a toute une série d'outils de gestion qu'on a pu développer. Nous avons

mené une réflexion sur la marge bénéficiaire pour chaque projet, sur la manière de compter les devis envoyés, et finalement comment piloter la société. Donc, à l'interne, nous avons pu améliorer notre management et à l'externe notre stratégie de promotion.

J'ai apprécié la collaboration avec Thomas. C'est quelqu'un qui a beaucoup de tact et de bienveillance. Au départ, il y a eu un petit choc de culture, car il vient du milieu des technologies de la santé et nous avons un profil différent. Il a fait preuve de patience, car nous ne fonctionnons pas comme une start-up, c'est un choix assumé. Nous grandissons lentement mais sûrement, un peu à la manière du roseau qui plie mais ne rompt pas. On ne lâche rien!"

L'apport de platinn



Pour le coach en Affaires et Coopération Thomas Meier, les débuts étaient un peu inhabituels, tant la vie d'une coopérative s'éloigne d'une PME classique. Il raconte: "Lionel Jeannerat, l'initiateur du projet au départ, et Loïc Hans qui était encore engagé ailleurs, débordaient d'idées mais étaient en mauvaise posture financière. J'ai essayé d'être une source de réflexion et de les aider à structurer leur offre et à mieux valoriser ce qu'ils proposent. Ensemble, avec Johan Jaquet, l'autre co-directeur, nous avons mis en place une meilleure gestion de l'acquisition de clients. Nous avons trié les jeux entre les créations uniques et celles qui pouvaient être reproposées dans des contextes similaires. Pour accélérer les revenus et les pérenniser, nous avons réfléchi à des jeux au concept répliquable. Parce

que ce sont des passionnés et des créatifs, ils voulaient créer du neuf à chaque fois sans forcément envisager de rentabiliser les temps de création précédents.

Nous avons aussi parlé de la meilleure manière d'aborder les clients potentiels en fonction de leur profil. C'est important de savoir se présenter face à des grandes entreprises dont les processus de sélection avec des critères stricts laissent peu de place au relationnel. En tout cas, c'était une expérience extraordinaire et très authentique avec les personnes que j'ai eu la chance de rencontrer. Je serais ravi de pouvoir les aider encore."