

Le Monde

CAMPUS

FORMATION | RECRUTEMENT | CARRIÈRE

Grande et petites portes vers l'emploi

LES ALGORITHMES ET LA SITUATION ÉCONOMIQUE ONT CHANGÉ LA DONNE

Carrière

LA DGSE CHERCHE AGENTS DE L'OMBRE

Les opportunités de la mutation numérique

LES JEUNES DIPLÔMÉS EN PREMIÈRE LIGNE

« LES RÉSEAUX SOCIAUX N'INTRODUISENT PAS D'ÉGALITÉ »

Entretien avec Jean-François Amadiou

Energie, construction, commerce, éducation... tous les secteurs s'intéressent désormais aux dispositifs de simulation en 3 D, qui facilite les mises en situation

La réalité virtuelle, une expérience de terrain à moindre coût

Dans un bureau en plein Manhattan, un formateur illustre sur une maquette les détails d'une centrale nucléaire. Quelques instants plus tard, voilà le public catapulté dans la centrale, se baladant entre les tuyaux et les passerelles. La formation se termine par un tour de drone survolant le site.

En réalité, nous ne sommes ni à New York ni dans une centrale, mais dans les bureaux de Manzalab, une agence spécialisée dans le Serious Game, au cœur de Paris. Son fondateur, Clément Merville, teste le programme conçu pour EDF, qui s'intéresse à la réalité virtuelle pour la maintenance de ses centrales nucléaires. Le producteur d'électricité n'est pas le seul à se passionner pour cette technologie qui permet, en enfilant un

périphérique de réalité virtuelle, constitué d'un masque recouvrant les yeux, fait parler de la réalité virtuelle. «Avant, la réalité virtuelle, c'était lourd et cher. Aujourd'hui, il suffit d'avoir un smartphone et un casque, certains ne coûtent que quelques euros», explique Clément Merville, qui travaille sur le sujet avec beaucoup d'entreprises, dont H&M pour des scénarios de vente.

Simulateurs d'entraînement

Manzalab travaille aussi avec Pôle emploi dans le cadre d'entraînements virtuels à l'entretien d'embauche. «C'est plus puissant qu'une formation classique: difficile de faire mieux en termes de concentration. Avec un casque sur la tête, on ne peut pas se distraire. On peut prendre en compte plus de critères, l'attitude par exemple, si je

d'entraînement. William Peres, PDG du groupe, en est convaincu: la réalité virtuelle intéresse tous les métiers qui comportent de l'interaction. «Imaginez une formation à la vente avec une méthode qui identifie sept profils

« IL FAUT UTILISER L'HUMAIN POUR CE QU'IL SAIT FAIRE ET LE DIGITAL POUR CE QU'IL SAIT FAIRE »

FRANÇOIS-GILLES RICARD,
président fondateur
de Work & Play

d'acheteur, qu'il faut savoir reconnaître. On valide la formation par un test écrit, mais saurez-vous le faire sur le terrain? Les entreprises n'ont pas les moyens d'entraîner individuellement chaque personne, c'est pourquoi on crée des simulateurs comportementaux immersifs reproduisant ce que vous allez vivre au quotidien.»

Séduite par la démarche, l'institution vouée à l'éducation et la formation ORT (Organisation reconstruction travail) utilise la réalité virtuelle pour former les opticiens à la vente en boutique: comment proposer les bonnes montures, prendre en compte les attentes du client et l'ordonnance de l'ophtalmologiste? «Les apprenants, équipés de casques de réalité virtuelle, sont en immersion réaliste dans un magasin d'optique et peuvent communiquer avec un avatar client», détaille Raphaël Attias. Le directeur

de l'innovation et du développement pour ORT est satisfait de cette formule, qui «plonge l'apprenant au cœur de son processus d'apprentissage» tout en restant accessible: «La licence est abordable et la prise en main nécessite une journée pour les équipes concernées.»

La réalité virtuelle va-t-elle alors s'inviter dans tous les bureaux? François-Gilles Ricard est sceptique. Pour le président fondateur de Work & Play, cet outil pédagogique a été dévoyé: «Je comprends quand on reproduit des univers très éloignés, difficiles d'accès. Mais quand on simule une salle de réunion et un entretien avec des dialogues préétablis, ça ne sert à rien. Il faut utiliser l'humain pour ce qu'il sait faire et le digital pour ce qu'il sait faire.»

Jeux de rôle

Il souligne l'importance du présentiel lorsqu'on doit s'entraîner sur de l'interaction, en prenant l'exemple d'un Serious Game à destination des visiteurs médicaux développé pour les laboratoires Novopharma. «Les visiteurs médicaux se glissent dans la peau de voyous devant se faire passer pour des visiteurs médicaux pour organiser un braquage. Ils endossent leur propre rôle, mais comme une couverture. Chaque épreuve du jeu correspond à un argumentaire pour vendre leur produit. C'est sur tablette, mais avec des interactions et des jeux de rôle. On utilise le digital, mais aussi les leviers de l'action humaine: quand on négocie, c'est pour de vrai.»

MARGHERITA NASI

« C'EST PLUS PUISSANT QU'UNE FORMATION CLASSIQUE: DIFFICILE DE FAIRE MIEUX EN TERMES DE CONCENTRATION. AVEC UN CASQUE SUR LA TÊTE, ON NE PEUT PAS SE DISTRAIRE »

CLÉMENT MERVILLE,
fondateur de Manzalab

casque de réalité virtuelle, de plonger dans un univers particulier. De H&M à Orange en passant par Pôle emploi, beaucoup de structures s'intéressent à ce qui s'annonce comme une petite révolution dans le monde de la formation professionnelle.

Tout commence en 2012, avec le lancement de l'Oculus Rift. Ce

parle à un client sans le regarder dans les yeux, ce n'est pas bien», illustre M. Merville.

La réalité virtuelle étant devenue financièrement accessible, «les PME risquent de s'y intéresser aussi», insiste M. Merville. Serious Factory propose ainsi, à destination des PME, un logiciel qui permet de créer des simulateurs