

Le jeu au service de la RFID

Certains crieront à la science-fiction, d'autres ouvriront des yeux ronds. Et pourtant... Pourtant c'est ce que permet d'obtenir, preuves à l'appui, l'utilisation du jeu pour développer et implanter un projet RFID (ou supply chain, retail, etc.). L'idée d'utiliser le jeu (et plus particulièrement les LEGO) est née dans l'esprit de l'équipe de recherche du géant suédois du jeu, il y a déjà quelques années.

Un laboratoire a ainsi été implanté en Suisse et a poursuivi ses recherches jusqu'à mettre au point une méthodologie (LEGO Serious Play) qui s'appuie sur les principes suivants : – permettre à tout un chacun de visualiser en 3D ses problèmes ou ses projets pour « toucher du doigt » les points éventuels d'achoppement et trouver ainsi (en utilisant l'outil primordial qui différencie l'humain de la plupart des autres espèces, à savoir la main) la ou les solutions ; – utiliser un paradigme commun et donc un vocabulaire qui se rattache directement à un vécu collectif ainsi qu'à des objets (même s'ils sont symboliques), ce qui évite toute confusion lors du déploiement grandeur nature ; – faire tomber les inhibitions et libérer la créativité en utilisant le jeu (même si le premier quart d'heure est souvent l'occasion de gloussements, croyez-en mon expérience), bref, faire en sorte que les personnes impliquées se prennent au jeu et jouent sérieusement. Généralement, à la fin d'une session, on s'aperçoit que des consensus se sont formés sur la base des histoires racontées à l'aide des constructions élaborées. Mais quel rapport avec la RFID, direz-vous ? Un rapport on ne peut plus direct, puisque c'est ainsi que Lewis Pinault, auteur de *The Play Zone*, ouvrage qui explore l'utilisation du jeu pour développer des projets, a pu faire mettre en place un important projet RFID dans l'édition (non ce n'est pas chez Amazon, c'est chez les concurrents d'en face). C'est aussi ainsi que dernièrement un important fabricant de chaussures asiatique a développé à vitesse grand V l'implantation de la RFID dans ses centres de distribution. Certains susurrent même que WalMart emploie cette méthodologie lors des sessions de présentation de son offre-diktat RFID auprès de ses fournisseurs (mais ce n'est peut-être qu'une rumeur). Car la RFID, du fait de sa pervasivité, partage bien des traits avec l'univers du jeu, notamment pour créer des relations entre objets. Résultat : le projet, initialement prévu pour être développé sur 5 mois avant toute implantation, n'a pris que dix jours à être monté. Le gain a également été sensible au niveau de l'implantation, puisque celle-ci s'est déroulée quasiment sans incident (la seule anicroche a été le fait du seul fournisseur à n'avoir pas participé aux séances communes de jeu), ainsi qu'au niveau de la formation, une demi-journée de jeu permettant non seulement de former les équipes mais aussi de simuler physiquement toutes les situations extrêmes et les procédures à mettre en place dans ce cadre. Si ce sujet vous intéresse sur la France, vous pouvez me contacter à l'adresse email suivante : micke.rousseau@wanadoo.fr Car, comme le disait Platon : on en apprend plus sur quelqu'un en une heure de jeu qu'en une année de fréquentation.