



Un serious game « sur mesure » réalisé pour :

storengy

Sponsors chez le client : Direction de la communication, Direction des Ressources Humaines, Direction des opérations.



Cibles et objectifs :

- En interne : **formation** des collaborateurs à la connaissance des stockages souterrains de gaz et à la compréhension des mécanismes de gestion.
- En externe :
 - **Sensibilisation** de l'entourage des collaborateurs,
 - **Communication** d'image vers les parties prenantes (riverains, collectivités locales)

Le produit : Un jeu qui reprend tous les rouages essentiels de la gestion d'un stockage de gaz, qui fait appel au sens économique mais aussi à l'esprit de collaboration, car les joueurs jouent ensemble et non pas les uns contre les autres.

Durée du projet : 10 mois

Impact :

- 1500 exemplaires produits.
- Cadeau d'entreprise aux collaborateurs très apprécié,
- Intégration aux modules de formation nouveaux arrivants, support d'animation d'événement de communication locale,
- Trophée de l'innovation, remarqué au plus haut niveau d'ENGIE.



Isabelle Kocher – DG d'ENGIE avec Pierre Dudit

Produit disponible à l'achat : 40,00€ TTC