

**La Kali team (groupe 25)**

ALVAREZ GUERRERO Isabella

CAULET Elsa

CHABOUTÉ Arthur

FOUREAU Margot

LASSEAU Pauline

RASCHAS Niels

THIOUNE Dieynaba

ZEITOUN Maxime

**Note d'intention**

***Escape Anxiety***

**futur leader de l'*escape game* social en France**

Longtemps, l'anxiété a été considérée comme résultant d'une nature faible et émotive voire d'un manque de volonté avant d'être reconnue comme relevant de causes psychologiques et médicales. L'anxiété est *“une émotion causée par une menace observée ou vécue, qui mène le plus souvent à un évitement ou une esquive de celle-ci”*. L'anxiété peut prendre un caractère excessif voire pathologique dans certaines situations. On parle alors de troubles anxieux ou de troubles de l'anxiété. Les personnes souffrent d'un sentiment d'inconfort ou de peur dû à une anticipation excessive d'éventuelles problèmes avant même que ces difficultés n'arrivent. Le trouble anxieux peut alors avoir de grands impacts sur la vie de l'individu. Les manifestations de l'anxiété sont bien plus fréquentes que l'on ne le pense; elles peuvent commencer dès l'enfance mais la plupart des troubles apparaissent chez les jeunes adultes - les lycéens et étudiants - et sont plus fréquents chez les femmes. Elles touchent plus fréquemment les urbains. Un français sur cinq sera touché par des symptômes de troubles anxieux au cours de sa vie.

Le mal-être de ceux souffrant de troubles anxieux est souvent accentué par la peur du jugement de l'autre. Les phobies sociales affectent des activités quotidiennes comme agir ou parler en public. Les troubles anxieux sont difficiles à identifier et sont donc souvent confondus avec un simple stress, de la timidité, voire de la paresse. Il est difficile de se défaire d'une nature anxieuse mais il est important de l'accepter pour mieux appréhender ses réactions. Pour faciliter l'acceptation, une meilleure connaissance des troubles anxieux par les personnes affectées et par leur entourage est cruciale. Par ailleurs, il est recommandé d'encourager la prise de décision rapide, et également de se fixer des objectifs, notamment à travers des activités de groupe.

### **Le concept proposé**

Les universités et écoles sont de plus en plus conscientes du problème qu'est l'anxiété; Sciences Po a mis en place des “ateliers de bien-être et de gestion du stress” et l'administration de l'école a également publié un “guide d'accompagnement et de pédagogie innovante face aux handicaps cognitifs et psychiques”<sup>1</sup> dans lequel est mentionnée la question de l'anxiété. Même avec ces initiatives, nous constatons qu'un important travail reste à faire auprès de la population étudiante afin de les sensibiliser à ce qu'est l'anxiété. L'escape game nous est alors apparu comme une **solution innovante et ludique**, qui pourrait permettre d'attirer un public large autour du sujet de l'anxiété.

*“Des étudiants de Sciences Po n'ont pas réussi à trouver leur salle de cours. Ils ont erré de couloirs en couloirs et se trouvent maintenant enfermés dans les bâtiments de Sciences Po à la nuit tombée.”*

Pour notre scénario, nous nous sommes inspirés de l'association *Accolade*<sup>2</sup>, qui a créé un escape game pour sensibiliser sur les handicaps invisibles, et nous les avons contactés. Nous avons repris leur structure générale - 45 minutes de jeu et 15 minutes de debrief avec un expert - et leur idée de donner à chacun des participants un handicap qui se traduira de façon concrète dans le jeu. Chaque participant se voit attribuer un symptôme lié aux troubles de l'anxiété qui se traduira par des contraintes concrètes dans le jeu. Par exemple, la personne qui souffre de phobie sociale ne peut parler qu'à la moitié des

---

<sup>1</sup> Delfolie, D. et Géroult, E. (juin 20188). Guide d'accompagnement et de pédagogie innovante. Handicaps cognitifs et psychiques. Sciences Po

<sup>2</sup> <http://www.associationacolade.org/journees-sensibilisation-escape-game-inedit/>

personnes de l'équipe. Les participants devront résoudre une série d'énigmes afin de pouvoir espérer sortir des bâtiments. Ces énigmes viseront soit à sensibiliser les étudiants sur la question de l'anxiété (le nombre de personnes touchées par ces troubles) soit à sensibiliser les participants aux situations anxiogènes à l'université (Inscriptions Pédagogiques en très peu de temps, trouver une salle mal indiquée).

A la fin de l'escape game, nous ferons intervenir un expert des problématiques de l'anxiété afin de revenir avec les étudiants sur l'expérience qu'ils auront vécu, leur re-donner quelques informations clés et leur offrir la possibilité d'échanger entre eux sur ce qui pourrait être fait à Sciences Po pour réduire l'anxiété. Pour ce debrief, nous souhaiterions établir un partenariat avec *Médiagora*, une association animée par "des anxieux et d'anciens anxieux bénévoles qui ont choisi de s'engager pour faire reculer la souffrance en créant un lieu d'échange et d'information"<sup>3</sup>.

Notre escape game est destiné à la population étudiante de Sciences Po. Le nombre de participants à un escape game est limité - environ sept participants maximum - ce qui est notre challenge. Nous pouvons organiser quatre escape games à la suite, un game étant co-géré par deux personnes. A raison d'un escape game par heure, si nous intervenons sur toute une journée à Sciences Po, cela nous permettrait de passer huit escapes games par organisateurs, soit 32 escape games en tout, soit 224 (32x7) étudiants touchés en une journée soit plus d'un tiers d'une classe d'âge à Sciences Po. Notre solution opte pour une mise en oeuvre simple et réaliste, ce qui permettrait une possible extension puisque facilement transportable dans d'autres écoles. En effet, nous avons besoin de salles pour organiser le jeu et de décors. Pour les salles, nous demanderons aux écoles de nous fournir les salles. Pour les décors, il nous faudra investir pour le premier escape game puis pour les suivants les mêmes décors pourront être réutilisés et transportés à l'aide d'une camionnette. Cette idée est originale car jusqu'ici aucun escape game n'a été mis en place pour traiter la question de l'anxiété dans les universités. Jusqu'à présent, les solutions retenues par les universités se concentrent sur la mise en place d'atelier de relaxation (*mindfulness*, séance de caresse avec des animaux aux Etats-Unis, yoga...) ou sur la mise en place de départements de santé et de programmes d'aide à destination des élèves souffrant d'anxiété.

Pour tester la viabilité et la pertinence de notre concept, nous souhaitons organiser un "escape game test" avec nos amis étudiants. Cet escape-game expérimental nous permettra d'appréhender les points forts et faibles du concept.

### **Impact positif attendu**

Comme détaillé auparavant, nous sommes convaincus que les troubles anxieux sont un problème majeur, qui touche ou touchera une grande part de la population; à travers notre concept d'escape game, nous cherchons à **briser le tabou** autour de la question de l'anxiété. L'impact positif engendré par notre escape game serait principalement l'**ouverture du dialogue** et, par conséquent, la **fin de la stigmatisation perçue** par les étudiants souffrant de troubles anxieux. En effet, à travers la gamification d'un sujet crucial tel que les troubles anxieux, nous espérons favoriser le bouche-à-oreille et le dialogue autour de l'anxiété et plus généralement, autour des maladies et troubles mentaux.

---

<sup>3</sup> <http://mediagora.free.fr>

Afin de mesurer la réussite de notre escape game quant à l'information autour de l'anxiété, il serait nécessaire de conduire un questionnaire avant le jeu, pour savoir quelle connaissance les participants ont du problème. Puis, durant le débrief final, il faudrait distribuer un deuxième questionnaire afin de s'assurer que le jeu a atteint son objectif: informer sur les troubles anxieux.

## **Risques**

*Risque d'efficacité.* Un escape game, par essence ludique et récréatif, peut sembler ne pas être le médium le plus adapté pour traiter de l'anxiété. Toutefois, notre échange avec l'association *Accolade* nous a confirmé qu'un escape game est une manière adaptée à l'approche de problématique complexe comme le handicap ou l'anxiété. Au moment de la conception, en lien avec des spécialistes du jeu et de l'anxiété, il faut s'assurer que chaque partie du scénario se rapporte directement à l'objectif de sensibilisation. Puis, lors des premiers tests grandeur nature à Sciences Po, il est nécessaire de recueillir les avis des premiers participants de l'escape game ainsi que leurs recommandations afin d'améliorer la première version. Enfin, après chaque partie, il serait judicieux d'évaluer rapidement les savoirs appris par les étudiants sur l'anxiété au cours du jeu.

*Risque logistique.* Concevoir un escape game nomade est une lourde contrainte car il faut pouvoir développer et construire un jeu avec très peu de moyens qu'ils soient humains ou financiers. La durée d'installation ne peut pas dépasser une heure afin de maximiser le nombre de participants sur la période de présence au sein de l'établissement. De plus, nous devons pouvoir déplacer régulièrement et facilement le matériel. Il nous faut trouver un bon compromis entre un décor efficace enrichissant le scénario et un décor pratique et facilement transportable sans mobiliser de gros moyens.

*Risque financier.* Pour trouver les fonds nécessaires au lancement et au développement du projet, nous devons assurer une campagne d'information efficace auprès des écoles et de leurs services de médecine préventive afin de souligner l'importance de l'anxiété chez les jeunes, en particulier chez les étudiants. L'objectif est de crédibiliser notre projet aux yeux des acteurs institutionnels. Nous devrions viser à la diversification de nos sources de financement: *crowdfunding*, appel aux dons, subventions publiques, etc.

## **Stratégie de déploiement et jalons du projet.**

### *Phase 1: Avant le lancement officiel de l'escape game*

L'une des premières petites missions sera de créer une charte graphique et un ensemble d'outils de communication numérique nous permettant d'exister. Dieynaba sera en charge de créer une page facebook et un compte instagram dont elle planifiera l'alimentation à l'aide d'*hootsuite*. Les autres membres du groupe devront interviewer quelques personnes sujettes à l'anxiété en parallèle.

Ensuite, l'équipe devra se concentrer sur la création d'un *minimum viable product*. Ceci se fera au cours d'un "marathon opérationnel" d'une semaine, basé sur le modèle des hackathons. Au terme de ce marathon, nous devrons disposer d'une approche idéationnelle suffisante: énigmes, scénario, contraintes. Une semaine supplémentaire permettra de compléter ceci par des ressources matérielles pour rendre ces-dernières vivantes: costumes, jeux. Les locaux, comme les autres ressources issues de partenariats seront négociées en permanence. Néanmoins, les deux semaines de développement du produit incluront une concentration plus importante sur cet aspect.

Le POC - Escape Game Test - sera organisé en une semaine et s'accompagnera d'une vaste campagne de sensibilisation sur l'anxiété permettant concomitamment la promotion de notre projet. L'objectif sera d'intégrer au moins 5 *key learnings* à la version ultérieure de l'expérience. Ceci permettra aussi de s'assurer de la qualité et fiabilité des partenaires.

### *Phase 2: Après le lancement officiel de l'escape game*

L'étape suivante se rapproche du *business development*. Notre ambition sera de répéter l'exécution de notre produit. Il sera essentiel de réussir à attirer un nombre suffisant d'élèves selon des critères définis en fonction des ressources, soit 5 à 7 par session. Suite à cela, il faudra envisager étendre le projet à d'autres écoles, voire entreprises, et diversifier les thématiques abordées. Des sujets comme le handicap, le harcèlement et discrimination ont été envisagés.

### **Analyse de retour sur investissement**

Pour calculer le rendement sur investissement, il nous faut établir son montant. De par sa structure, le projet ne demande pas de frais de location mais seulement de décors. On peut faire une approximation de ceci à l'achat de cadenas et caméras essentielles aux escape games, qui avec un décor et des lumières demandent environ 1450 euros. A cela on peut ajouter un coût de transport, portant l'investissement initial à seulement 1500 euros. Le coût de stockage peut être ignoré car l'équipement entreposé chez les membres du groupe.

Notre volonté est de ne pas faire payer directement les joueurs - un service gratuit permettra de toucher un plus large public - mais les institutions, comme Sciences Po dans un premier temps puis les universités et grande école et enfin les entreprises dans un futur lointain. Il faut un coût relativement faible pour convaincre les universités d'utiliser nos services. On peut fixer un prix initial de 500€. Cela nous donne un délai de recouvrement équivalent à 3 à 4 services proposés. Le rendement final dépend du nombre de fois où le jeu sera déployé. La VAN est négative si le nombre de fois où le service est utilisé est inférieur à 3. Les frais de décors étant à payer en une seul fois, seuls les coûts de transport sont impactant par la suite. La marge est donc importante une fois passé les 3 premiers services, d'environ 400 (500 – location de camionnette et prix d'essence). On ne prévoit pas d'augmentation du prix par la suite; le service est avant tout un service de bien social.

### **Organisation**

S'entourer de partenaires influents est essentiel pour accéder aux financements et à de nouveaux marché de consommateurs, soit agrandir notre nombre d'universités partenaires.

*Partenaires.* Nous souhaitons collaborer avec les services de médecine préventive des universités françaises car tous disposent de budgets et/ou programmes consacrés à la problématique de l'anxiété. La Mairie de Paris peut aussi être un partenaire privilégié afin d'obtenir des fonds et un accès à l'ensemble du réseau universitaire d'Île de France: 381 060 étudiants<sup>4</sup>.

Les associations - BDE, associations liées à la santé - et administrations des universités doivent aussi être des partenaires majeurs de notre projet. En effet, c'est grâce à une collaboration efficace avec ces partenaires directement en charge de la planification des budgets et des événements se déroulant dans

---

<sup>4</sup> <http://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files//crocis/wysiwyg/enseignement-2018.pdf>

les universités que notre projet pourra se réaliser avec succès. Le tissu associatif autour de l'anxiété - association *Mediagora* - seront aussi d'importants partenaires du projet. Ils nous apporteront leur expertise et leur expérience en matière d'information et de sensibilisation. Enfin, *Questyo*, une entreprise organisant des *escape games* dans les grandes villes de France peut être un partenaire privilégié. Ils ont montré un vif intérêt pour notre projet; lors d'un entretien téléphonique ils nous ont proposé de leur envoyer notre dossier et d'établir une collaboration entre nos deux équipes afin d'aller démarcher la mairie de Paris et tenter d'exporter notre escape game aux universités d'Ile de France. En nous aidant, *Questyo* souhaite s'ouvrir un nouveau segment client: les étudiants. Pour nous, l'avantage d'un tel partenariat serait de bénéficier de l'expertise et de l'expérience d'un acteur qui est déjà implanté sur le marché et donc de gagner en crédibilité lorsque nous devons aller démarcher de nouveaux clients ou partenaires.

*Sponsors.* Nous souhaitons aussi aller démarcher les mutuelles étudiantes (SMEREP/LMDE). Les troubles de l'anxiété étant un sujet de santé publique, les mutuelles sont concernées par cette problématique. Elles auraient donc tout intérêt à nous sponsoriser : cela leur permettrait un développement de notoriété positive auprès des étudiants.