

I WILL SURVIVE

Escape Game itinérant en VR



Préambule

Dues au réchauffement climatique, les catastrophes naturelles se multiplient dans le monde, allant des feux de forêt en Suède aux inondations en France, touchant parfois des populations qui n'étaient pas dans des zones à risque auparavant. De part leur rareté, les populations sont souvent mal préparées à de telles situations. Bien que rares, elles n'en sont pas moins destructrices...

Observations

A l'échelle mondiale, les humains font face à un tournant au regard des conséquences très concrètes du changement climatique. De 2000 à 2008, l'Observatoire des Catastrophes naturelles a recensé un doublement du nombre de catastrophes naturelles et la France ne fait pas exception à ce phénomène global alors même qu'elle dispose d'un tissu institutionnel important ainsi que d'outils qui permettent de se prémunir contre des dommages gravissimes. En 2017, plus de 1100 catastrophes naturelles ont eu lieu alors que ce nombre ne dépassait pas les 600 catastrophes en 2002. Or, il y a un lien direct entre le changement climatique, la montée du niveau des océans, des températures ainsi que des phénomènes climatiques. Tous les ans, plus de 200 millions d'habitants font directement face à ces phénomènes et au moins 100 000 d'entre eux décèdent des conséquences de ces événements. Bien sûr, tous les pays ne rencontrent pas les mêmes risques et ne sont pas préparés de la même manière à ces dangers. La France est un cas spécifique du fait de son climat globalement tempéré mais variant selon les positions géographiques, du fait de la présence de mers et d'océan à ses côtés, des rivières et fleuves qui la parcourent, des montagnes et volcans qui constituent son relief.

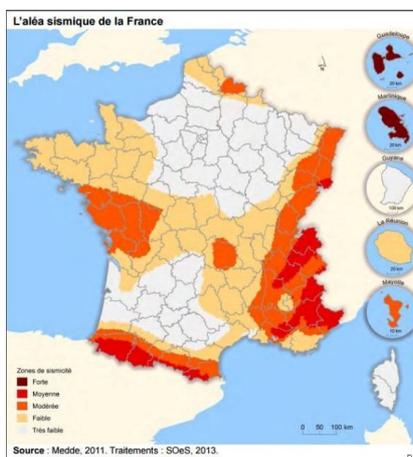
Les risques majeurs en France

Avalanches et éboulements

C'est une portion de neige, glace ou roches qui s'écroule rapidement le long d'une côte montagneuse ou rocheuse. Une avalanche peut avoir lieu dans toute région montagneuse, plus particulièrement dans les Alpes, Pyrénées, Massif Central, Jura, Vosges et Morvan mais aussi les falaises en bord de mer. C'est un phénomène instantané qui a lieu rapidement. Un drapeau mais aussi des pictogrammes signalent aux personnes de passage du niveau de probabilité et d'intensité de l'occurrence du risque. Tous les jours à 16h, les informations concernant le risque d'avalanche dans chaque région sont mises à jour au regard des conditions météorologiques et en prenant en considération les récents éboulements ainsi que les flancs ou côtes les plus dangereuses. Un PPRA (plan de prévention du risque d'avalanche) est mis à la disposition des touristes et se trouve facilement dans les mairies concernées.

Les tremblements de terre

Le tremblement de terre se définit par une fracture du sol ou des couches souterraines le long d'une faille préexistante. L'énergie dégagée a pour conséquences des vibrations majeurs du sol, à la surface de la Terre. Les zones sismiques les plus dangereuses sont en particulier concentrées dans les massifs montagneux, dans les Pyrénées mais aussi dans les Alpes et le Jura. Le centre ouest est lui aussi touché. Les zones sismiques sont définies bien à l'avance pour des raisons géologiques et les risques qui leur sont associés sont désormais bien établis par les instituts sismographiques. Toutefois, les catastrophes sismiques ont lieu rapidement et ne durent que quelques secondes voire minutes.



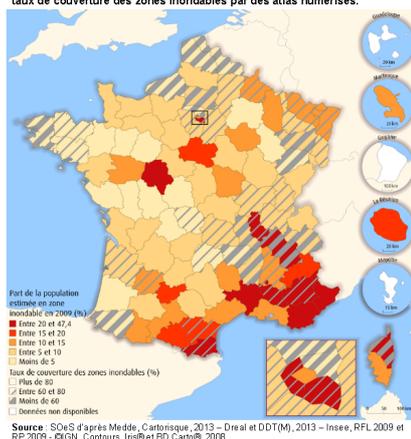
Les sismologues peuvent poser un diagnostic concernant la construction d'habitations afin d'éviter la construction en zone dangereuse. Après la survenance d'une première secousse, d'autres secousses peuvent se produire ce qui doit conduire au maintien dans les abris jusqu'à ce qu'un signal officiel détermine la fin de l'événement sismique. Les courants électriques et les conduites de gaz sont particulièrement dangereuses, tout autant que la projection de verres ou l'effondrement des structures. L'événement sismique est souvent à l'origine d'autres risques comme l'inondation, le départ de feu, tsunamis ou avalanche.

Les inondations

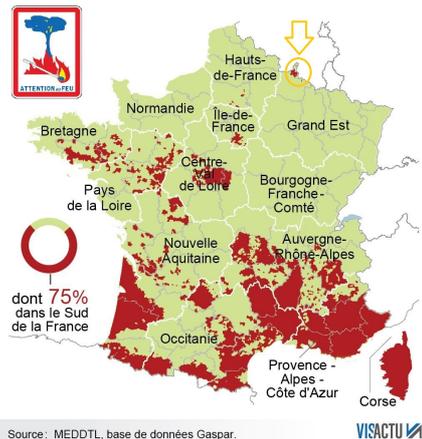
C'est une montée du niveau des eaux qui entraîne le débordement du cours d'eau. La part du sud-est dans les zones inondables à risque est prépondérante sur le reste du territoire français. L'inondation peut être évitée par une absence de construction en zone inondable en respectant les prévisions et consignes mises à la disposition des habitants de toute commune. Dans ce cas là, l'utilisation d'un moyen de transport est particulièrement dangereux et relève du réflexe à éviter : c'est la force du courant qui entre en jeu, avec la capacité de mouvoir une voiture à partir de seulement 30 centimètres d'eau.

Les tunnels, souterrains et caves sont les endroits les plus dangereux en cas d'inondation : par conséquent il faut se positionner sur les points en hauteur. Une inondation peut durer plusieurs jours voire semaines en fonction des pluies notamment contrairement aux tremblements de terre ou éboulements mais elle peut être prédite bien en amont par les centres météo. En particulier, il faut prendre en compte non seulement l'inondation en elle-même avec les risques d'écroulement des structures et de noyades qu'elle engendre, mais également des risques moins connus liés au courant électrique ainsi qu'au transport de molécules chimiques.

Part de la population estimée en zone inondable par cours d'eau en 2009, et taux de couverture des zones inondables par des atlas numérisés.



6 152 communes classées à risque de feu de forêt



Les feux de forêts

Un feu de forêt concerne au moins la moitié d'un hectare et survient notamment en période de fortes chaleurs et peut avoir soit une origine naturelle, soit une origine humaine. Il peut avoir lieu notamment dans le sud de la France, en Aquitaine et globalement le long de la côte sud-est ainsi qu'en Corse. Le feu de forêt peut durer plusieurs jours alors même que l'intervention des pompiers est en place, et il peut se propager à grande vitesse. Il entraîne la disparition de la faune et de la flore et à terme à la destruction des sols avec des conséquences parfois irréversibles sur l'environnement ou l'activité économique. Les cendres ou les restes des foyers peuvent entraîner un ravivement du feu ce qui souligne l'importance des analyses après extinction du feu.

Institutions impliqués

Mesure des risques, prévention et gestion post-catastrophe

- **Le gouvernement**
- **L'ANSES** : pour la sécurité sanitaire dans le domaine des risques environnementaux
- **L'AFPCN** : une association française qui participe à la prévention des catastrophes naturelles en liant les compétences entre le secteur public et le secteur privé afin de réduire les risques et construire plus de résilience.
- **L'EFS** : la seule institution qui opère dans le domaine des transfusions sanguines afin de limiter entre autre l'impact de catastrophes naturelles sur les vies humaines
- **L'IFFO-RME** : un réseau national qui a pour objectif de réduire les risques ainsi que de renforcer la culture citoyenne en ce qui concerne les enjeux climatiques.
- **Sapeurs pompiers de France** : les pompiers jouent un rôle clef en faveur de la protection et du secours porté à la population, quelque soit le scénario à affronter
- **Les mairies et collectivités** : Leur responsabilité est d'être certain que la population ait reçu les signaux de danger et de faire en sorte qu'elle dispose de centre d'accueils ou d'abris appropriés selon le plan de mise en sûreté. Leur rôle est également d'assurer la mise en place de plan de continuité d'activités essentielles en cas de dommages importants.

Etude de Marché

Il y a 3 phases à considérer quand on se prépare à affronter une catastrophe : la préparation préventive (avant : le risque est identifié, des plans sont mis sur pieds), la gestion active du risque (pendant : la catastrophe frappe, les plans sont mis en œuvre dans l'action) et enfin la gestion des conséquences (après : bilan des dégâts humains et matériels et de l'efficacité des plans mis en œuvre)

Plusieurs acteurs mettent déjà en place des actions préventives. Ce sont les secours : La Croix Rouge, les hôpitaux et surtout le site du Gouvernement. Le contenu produit est identique : des articles informatifs qui détaillent les risques à chaque étape de la catastrophe (en amont, pendant, après) et comment s'y prépare. Les informations sont très générales et peu adaptées à chacune des catastrophes (exceptées sur le site du gouvernement). Concernant la première étape, qui est l'identification des risques auxquels chacun fait face, il y a deux sites principaux : celui de France info et celui du gouvernement. Il suffit d'indiquer sa ville ou son département pour obtenir un détail des risques environnementaux.

Puis, il s'agit de s'y préparer. Là encore, le site du gouvernement propose deux documents pdf à compléter : un plan d'urgence de quartier, un plan d'urgence familial et incite au téléchargement de l'application SAIP qui a pour mission d'alerter en temps réel d'un risque majeur (par géolocalisation).

Le reste du contenu accessible au grand public et disponible sur internet concerne la constitution de kit de survie. De nombreux sites détaillent et vendent les objets de première nécessité pour faire face à une situation d'urgence. Ces kits suscitent l'engouement et illustrent la tendance forte du survivalisme. Une tendance forte en Occident qui rassure sans être incité à adapter son confort.

Parallèlement, du contenu institutionnel est produit : les plans de prévention des risques naturels prévisibles (PPR) ou encore les Plans locaux d'Urbanisme (PLU) informent des risques localement et sont accessibles en ligne sur le site de la maire ou de département sous la forme de rapport. Ainsi, la prévention des risques environnementaux et la capacité à préparer les citoyens aux catastrophes naturelles est un



secteur "peu investi" en France. En effet, les sites informatifs tels que celui du Gouvernement sont anecdotiques car peu renouvelés. Ils offrent une vision globale du risque qui ne permet pas à chacun d'en prendre conscience et de se l'approprier. Les contenus indigestes que sont les PPR ne sont pas lus par les citoyens. Enfin, la tendance du survivalisme n'est pas non plus la solution. Elle renforce le drama de la situation pour accroître le profit d'entreprises privées sans responsabiliser les citoyens. Ainsi, il convient de trouver un ton plus juste pour s'adresser aux citoyens et provoquer une prise de conscience. C'est ce que nous proposons avec I Will Survive : un projet innovant avec des informations spécifiques, un contenu pédagogique et opérationnel qui offre à chacun la capacité d'agir.

Concept

I Will Survivre, Un escape game itinérant en VR qui prépare aux catastrophes naturelles



Mission : Informer, prévenir et former les populations locales face aux risques des catastrophes naturelles.

Vision : Chaque citoyen est conscient du risque en ayant la responsabilité et la capacité d'agir

Valeurs : Solidarité & Coopération, Dépassement de soi, respect de l'environnement

Le concept s'articule autour d'un jeu sur le modèle de l'escape game en utilisant la technologie de la réalité virtuelle. Le but du jeu est de sortir vivant d'une situation de catastrophe naturelle en réalisant une série d'actions positives. Ces

- **Durée du jeu : 20 minutes**
- **4 à 6 scénarios en France**
- **Un casque Vive et 2 manettes pour chacun**
- **4 à 6 joueurs dans la pièce**
- **Un camion modulable**
- **Sons et ambiances**

actions visent à recréer les comportements à avoir dans de telles situations. Le joueur est donc incité à suivre les comportements qui permettent sa survie et celles des autres également. Le jeu pourra se jouer seul ou à plusieurs. Les joueurs disposent de lunettes de réalité virtuelle et évolueront dans une salle. Le jeu débouchera sur un feedback pour chaque joueur. En se basant sur

la France uniquement, 4 grandes scénarios peuvent être envisagées au premier abord (feu de forêts, inondations, tempête, incident nucléaire suite à une catastrophe naturelle). Des univers supplémentaires pourront être ajoutés au fur et à mesure du développement du jeu.

Camion itinérant

Cet escape game prendra place dans un camion extensible construit pour cela. Le camion pourra se transformer en grande pièce permettant l'évolution des joueurs dans l'espace. Il comprendra également un espace de réception et un vestiaire pour les joueurs.

Le camion pourra se garer sur les places publiques et les lieux commerciaux comme font les camions du don du sang par exemple. Enfin, il se déplacera de ville en ville, au gré d'un parcours défini au préalable avec les acteurs locaux et en fonction des zones à risques.

Technologie

Ce projet est construit autour de la technologie de réalité virtuelle afin de plonger le joueur dans un environnement totalement nouveau. Le joueur évolue dans une salle "blanche" avec une paire de lunettes de VR. Les délimitations du jeu sont retranscrits par les murs de la salle.

La réalité virtuelle appliquée à l'escape game

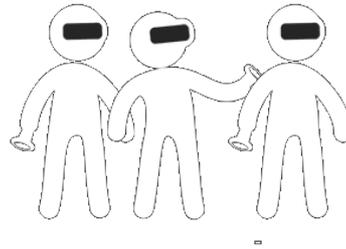
Là où la plupart des expériences actuelles de réalité virtuelle (VR) ne permettent qu'une durée de 2 à 10 minutes pour une immersion uniquement solitaire, notre jeu offre une possibilité unique à ce jour : participer à une expérience d'immersion en réalité virtuelle à plusieurs et en coopération, pour une durée totale allant de vingt à trente minutes !

Ainsi, après avoir enfilé leur casque de réalité virtuelle, les joueurs se retrouveront ensemble dans les différents scénarios qui composent le jeu et devront faire preuve d'inventivité, d'agilité mais aussi d'esprit d'équipe afin d'échanger entre coéquipiers, informations, indices, et tout ce qui sera nécessaire à la survie dans les différents scénarios catastrophes proposés.

L'aventure est jouable à 2, 3, ou 4 joueurs et est conçu pour tout le monde, de 12 à 70 ans.

Développement du jeu et des scénarios

L'immersion virtuelle que nous voulons proposer sera pensée et conçue avec soin par les développeurs du jeu afin de garantir une expérience qui soit à la fois longue, amusante mais surtout ouverte à tous ! Chaque scénario sera construit en accord fidèle avec la réalité.



C'est pourquoi nous voulons inclure dans le développement de notre jeu des experts en catastrophes naturelles, des anciennes victimes ainsi que des secouristes afin de pouvoir refléter au plus près les sensations vécues dans ces moments-là.

Matériel

Chaque joueur sera équipé du casque immersif le plus confortable qui soit : HTC Vive, garantissant une expérience sans "mal de mer" ou migraines (souvent reprochées à des expériences VR plus intenses ou de moindre qualité). Le Vive est basé sur la technologie SteamVR, qui offre des sensations grandeur nature grâce au suivi de mouvement à 360° et au système d'orientation attentive. Le Vive inclut également deux manettes qui comportent chacune 24 détecteurs pour un suivi de mouvement précis.

Core product, actual product, augmented product

Le core product est la formation qui découle de cette expérience de jeu. Cela comprend la connaissances des environnements, les réflexes et gestes à avoir ainsi que la capacité d'analyse et de prise de décision dans un contexte tendu.

L'actual product comprend l'expérience de jeu en elle-même. Cela couvre tout le moment passé au sein de l'escape game.

Enfin, l'augmented product représente tous les à-côtés du jeu: l'excitation liée à l'escape game, l'atmosphère du centre et le service clients, le détail apporté à chaque étape de l'expérience.

Analyse & Diagnostic

Forces

- Itinérance et accessibilité
- Un scénario selon zones à risque
- Expérience courte et intense : la VR, machine à empathie
- Un exercice pédagogique de préparation

Opportunités

- Développement la technologie VR
- Multiplication des catastrophes naturelles

Faiblesses

- Difficulté pour certaines populations à apprivoiser la technologie
- Incapacité à cibler toutes les populations
- Caractère ponctuel de l'action
- Assimilation avec les jeux vidéos

Menaces

- Diversité des catastrophes naturelles
- Intensité et rythme des catastrophes
- Capacité d'anticipation difficile

I Will Survive est un dispositif sur-mesure, immersif et novateur qui répond aux enjeux climatiques actuels dans une zone géographique choisie.

Les enjeux sont du projet sont d'être capable de rendre compte de la réalité dans tous les scénarios avec la VR, tout en étant pédagogique et ludique. Enfin, il faut cibler précisément les territoires à risque(s).

Les objectifs sont cognitifs : Faire connaître le projet sur les territoires et conatifs : maximiser le nombre de bénéficiaires de l'expérience.

Plan d'action

Stratégie Marketing

Notre segmentation est avant tout géographique pour cibler les populations à risque. Nous nous adressons à toutes les personnes pouvant faire face à une catastrophe naturelle. Notre coeur de cible sont les habitants des villes ainsi que les écoles. L'offre de service est gratuite. Notre stratégie est customer centric : les utilisateurs sont au coeur de toutes nos stratégies, nous voulons permettre à chacun d'être conscient du risque en ayant la responsabilité et la capacité d'agir.

Identité de marque & brand purpose

Notre brand purpose est d'offrir un nouveau regard en désarçonnant les conventions et le prêt-à-penser concernant les risques climatiques. Grâce à une stratégie de disruption, nous avons défini en amont et le plus précisément possible la convention collective qui fige la pensée de l'opinion publique, pour ensuite établir une stratégie pour changer ladite convention. Notre objectif est de sensibiliser les populations autour de cette nouvelle réalité que sont les réfugiés environnementaux. Nous voulons ainsi, passer de l'indifférence collective quant aux risques climatiques, à une prise de conscience, emboitant le pas vers une responsabilité collective que nous devons tous avoir en cas de catastrophes naturelles. L'utilisation de la VR, comme machine à empathie immersive, nous permet de prendre un parti pris unique et original dans ce secteur. Notre identité de marque est impactante (à l'image de notre disruption), le but étant de faire réagir tout en instaurant une confiance et une crédibilité.



Convention

Le réchauffement climatique ne me concerne pas



Disruption

Nous sommes tous menacés par les risques climatiques



Vision

Le projet permet à chacun d'être conscient des risques et de s'y préparer

Une marque cohérente

La cohérence, clé de voûte de l'identité de notre marque, se reflète dans nos visuels, nos messages, notre style de communication : dramatique sans être anxiogène dans tous les supports online ou offline. Notre ton de communication : Favoriser la prise de conscience sans être anxiogène. L'idée est de proposer un discours dramatique mais réel. Nos inspirations créatives sont les jeux vidéos de survie et le cinéma, adepte des scénarios catastrophes (2012, Le Jour d'après)

Notre mission est de faire réagir en montrant la réalité, tout en donnant les clés pour s'informer, prévenir et être plus responsable.

La VR au service d'une "quête de la vérité"

La réalité virtuelle nous permet de donner accès à des expériences in situ, à travers des scènes de catastrophes naturelles pour mobiliser des émotions, des affects, et aller vers une prise de conscience collective. La réalité virtuelle se vit

Nous résumer :
professionnalisme,
pédagogie,
technologie,
proximité,
adaptabilité

plus qu'elle ne s'explique, c'est une réelle expérience humaine. En ce sens, elle partage l'une des caractéristiques même de la vie. I Will Survive à une valeur de marque quasiment existentielle, portant un regard sur la société avec des valeurs fortes. Cette prise de conscience grâce à une expérience vécue, répond à un besoin d'authenticité et de transparence, une tendance qui irrigue aujourd'hui les

comportements individuels et les représentations collectives à l'aube de 2020. De cette quête du local, de l'honnêteté, de la transparence, émerge une nécessité de réinstaurer une évolution plus humaine et moins superficielle au sein de la société.

I Will Survive est aussi un moyen pour chaque citoyen, de reprendre la main sur ce qui lui échappe, tout en faisant partie d'une communauté qui lui ressemble.



Plan de communication

S'adresser à nos cibles et nos parties prenantes

CIBLES	ENJEUX STRATÉGIQUES	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	ACTIONS
1 - Acteurs locaux			
Enseignants et directeurs d'école, professeurs principaux et directeurs de collèges	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenir des demandes d'intervention, école par école • Connaître les besoins en terme de simulations 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en avant <u>l'intérêt pédagogique</u> du projet • Présenter les <u>conditions matérielles</u> d'intervention (prix, délais...) • Instaurer une situation d'écoute sur les besoins • <u>Donner confiance</u> en notre capacité à travailler avec un public d'enfants 	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'une plaquette numérique "écoles et collèges" • Envoi de la plaquette par mail à une liste déterminée d'écoles et collèges (cibler les communes à forts risques) • Relances téléphoniques • Inviter à visiter le camion lors de l'AG de l'AGEEM <p>Pour élargir le spectre si moyens :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communiqués dans les divers médias de la MGEN : achat d'espaces publicitaires
Élus locaux en charge des questions d'éducation : conseils municipaux et départementaux, + fonctionnaires locaux en charge des questions d'éducation et de prévention	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenir des demandes d'intervention pour un ensemble d'écoles, ou des événements publics (sur une place par ex) • Connaître les besoins en terme de simulations 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en avant <u>l'intérêt pédagogique et politique</u> du projet • Présenter les <u>conditions matérielles</u> d'intervention (prix, délais...) • Fournir des documents à présenter aux écoles pour leur expliquer le projet • Instaurer une <u>situation d'écoute</u> sur les besoins • <u>Donner confiance</u> en notre capacité à travailler avec un public d'enfants 	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'une plaquette de présentation "collectivités" en format numérique avec dates du tour de France • Liste de contact des élus des principales communes à forts risques (+2000 habitants) spécialisés dans ces questions + responsables de service éducation • Idem pour l'ensemble des départements • Envoi de la plaquette par mail + relance téléphonique • Inviter à visiter le camion lors du congrès de l'AMF
2 - Acteurs nationaux			
Responsables des questions d'éducation et de prévention au sein des Ministères	Obtenir des subventions	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter <u>l'intérêt pédagogique et politique</u> de notre projet • Donner confiance en notre capacité à <u>bien gérer</u> les sommes investies 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviter à visiter camion à une date précise où celui-ci sera stationné en région parisienne • Préparer un argumentaire • Identification d'une liste de contacts (mails + tel) • Envoi d'un mail type avec demande de RDV, relance tel si pas de réponse
Compagnies d'assurance	Obtenir des aides financières	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter <u>l'intérêt financier du projet</u> pour les compagnies d'assurance • Donner confiance en notre capacité à <u>bien gérer</u> les sommes investies 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviter à visiter le camion à une date où celui-ci sera stationné en RP • Préparer un argumentaire • Identification d'une liste de contacts (mails + tel) • Envoi d'un mail type avec demande de RDV, relance tel si pas de réponse

PARTIES PRENANTES	ENJEUX STRATÉGIQUES	OBJECTIFS DE COMMUNICATION	ACTIONS
Parents et enfants	Inciter les parents / enfants à parler du projet aux <u>enseignants</u>	Faire connaître notre projet : accent sur dimension <u>pédagogique et ludique</u>	Arrangement avec un éditeur numérique jeunesse (type "pandacraft") pour faire un article sur les risques naturels, et insérer une référence au camion
Associations : de victimes, environnementales	Inciter les associations à orienter de potentiels "clients" vers nous	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître notre projet : accent sur dimension <u>prévention des risques</u> Fournir suffisamment d'informations pour permettre aux associations de bien présenter le projet aux "clients" institutionnels 	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser une plaquette numérique mettant l'accent sur la dimension de prévention des risques Etablir une liste de contacts : mail, tel Envoyer la plaquette + relance tel

Plan Marketing auprès des citoyens & bénéficiaires

HORIZON	OBJECTIF	ACTIONS
Année 1	Se faire connaître	<ul style="list-style-type: none"> Visibilité Réseaux Sociaux <ul style="list-style-type: none"> Création d'une page Facebook et Instagram Production de contenu informatif et interactif ("Que feriez-vous dans cette situation ?" Diffusion, d'images, ton ludique, pédagogique) Posts sponsorisés par région Capitaliser sur les médias locaux <ul style="list-style-type: none"> Dispositifs d'affichage de la ville Presse régionale Radio locale
	Créer du trafic <ul style="list-style-type: none"> Inciter au téléchargement de l'application Inciter à participer à l'expérience en VR 	<ul style="list-style-type: none"> Installation d'un street Marketing dans la ville choisie : Flèches au sol, affichage qui interpelle, camion mis en scène Démarchage auprès des écoles : proposition de l'expérience en semaine (vs week-end : grand public) Création d'un #IwillSurvive pour partager sa photo de l'expérience sur instagram
Début Année 2	S'ancrer dans la durée	Opérations à l'échelle nationale Réseaux sociaux : <ul style="list-style-type: none"> Faire vivre l'expérience à des Youtubeurs très influents et non parisiens = Production d'une vidéo Youtube en partenariat Diffusion d'un concours photo des "plus beaux clichés" de catastrophes naturelles Diversifier le contenu : s'imposer comme la référence en matière de prévention (relais site + application)

Organisation

Synthèse des Parties Prenantes

Bénéficiaires :

- Grand public : familles / citoyens (à l'échelle de la ville) : Villes prioritaires , situées en zone à risque en ciblant les personnes vulnérables aux catastrophes
- Scolaire / Entreprises situées en zone à risque et/ou travaillant avec des populations vulnérables

Partenaires financiers

- Subventions privées : Compagnies d'assurance, mutualistes.
- Subventions publiques : pouvoirs publics (Etat et collectivités territoriales.)

Autres Partenaires :

Communication / identification des problématiques

- Associations environnementales
- Associations de victimes

Compréhension des risques, aide à l'élaboration du jeu

- Sécurité civile
- Instituts météorologiques / scientifiques / climatiques

Sous-traitant :

- Agence web / Studio VR , développeur du jeu VR (Software : contenus VR + site + App)
- Equipementier VR (Hardware)
- Fournisseur des véhicules

Équipe I Will Survive



Enora GOULARD
President & CEO



Tristan POLAILLON
CTO



Gaëtane NIEL
Chief Financial Officer



Thibaud LAVAL
Operation Director



Chloë KAYEM
Human Resources
Director



Sarah IMAM
Sales & Marketing
Director



Dimitri VACHOUX
Communication
Director



Sarah KADOURI
Administration
Director

Financements

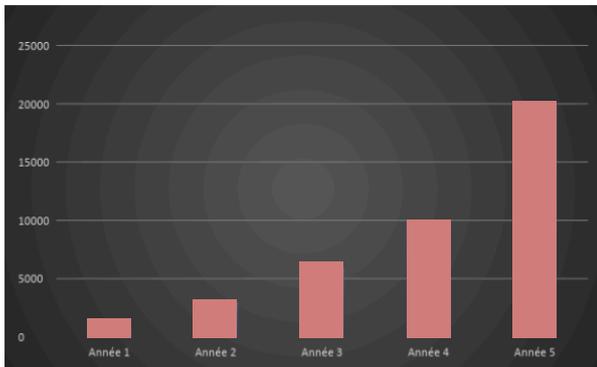
La première année, nous concentrerons nos efforts dans le département des Alpes-Maritimes, là où les inondations sont les plus fréquentes. La deuxième année nous nous établirons dans deux nouvelles localisations : la Haute - Savoie et la Savoie où les mouvements de terrains et les coulées de boue représentent un risque majeur pour les habitants.

Enfin, notre troisième année sera dédiée au feu de forêts présents en Nouvelle-Aquitaine et en Auvergne-Rhône-Alpes. A partir de la quatrième année, nous nous étendrons à l'étranger, principalement en Italie et aux Pays-Bas, là où les inondations sont les plus plausibles.

I WILL SURVIVE PRO FORMA - COMPTE DE RESULTAT

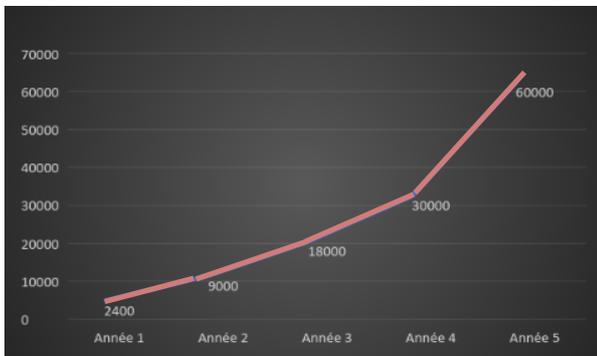
	2021	2020	2019
	39%	39%	39%
Compagnies Assurance	338 126 €	241 063 €	150 000 €
Crédit Agricole	112 709 €	80 354 €	50 000 €
Axa	112 709 €	80 354 €	50 000 €
CNP assurance	112 709 €	80 354 €	50 000 €
	26%	26%	26%
Mutualistes	225 418 €	160 709 €	100 000 €
Harmonie Mutuelle	112 709 €	80 354 €	50 000 €
Groupe MGEN	112 709 €	80 354 €	50 000 €
	16%	16%	16%
Collectivités territoriales	135 250 €	96 425 €	60 000 €
Mairies	135 250 €	96 425 €	60 000 €
	18%	18%	18%
Subventions Etat	157 792,01 €	112 495,89 €	70 000 €
Etat	157 792 €	112 496 €	70 000 €
	1%	1%	1%
Donations	11 271 €	8 035 €	5 000 €
Total revenus	867 856 €	618 728 €	385 000 €
Technologies	58 460 €	51 700 €	99 000 €
Appareil de VR et update du logiciel	28 960 €	36 200 €	90 500 €
Autre Matériel	28 000 €	14 000 €	7 000 €
Brevet	1 500 €	1 500 €	1 500 €
Logistique et Opérations	411 440 €	205 720 €	102 860 €
Camion	400 000 €	200 000 €	100 000 €
Essence / péage	10 000 €	5 000 €	2 500 €
Décorations	1 440 €	720 €	360 €
Permis Camion	-	-	2 000 €
Assurance du véhicule	17 280 €	8 640 €	4 320 €
Entretien du véhicule	4 000 €	2 000 €	1 000 €
Promotion	27 000 €	18 000 €	10 000 €
Marketing et Communication	27 000 €	18 000 €	10 000 €
HR	281 452 €	266 168 €	108 121 €
Personnel	206 364 €	206 364 €	180 569 €
logiciel code	- €	- €	119 568 €
Formation	10 400 €	5 200 €	2 600 €
Fourniture & materiel de bureau	4 208 €	4 204 €	4 200 €
Locations des bureau	60 480 €	50 400 €	40 320 €
Autres charges diverses	29 025 €	26 740 €	24 700 €
Provisions pour impévus	21 325 €	19 040 €	17 000 €
Autres charges diverses	7 700 €	7 700 €	7 700 €
Expenses	867 857 €	618 728 €	385 001 €
NET INCOME	- 1 €	- 1 €	0 €

Mesure d'impact



Nombre de bénéficiaires espérés

À-travers ce graphique nous pouvons voir le nombre d'utilisateurs que nous espérons sauver à-travers notre logiciel de VR. En effet, ce nombre croît de façon exponentielle, notamment dû au fait qu'au fil des années nous déploierons nos équipes dans de plus en plus de régions. De plus, nous espérons augmenter notre notoriété auprès du public. Enfin, on peut imaginer qu'avec le contexte actuel, les catastrophes climatiques se feront de plus en plus fréquentes et par conséquent, la demande de nos services augmentera avec le temps.



Projection du nombre de vies sauvées

En nous basant sur les chiffres précédents, nous sommes arrivés à établir une estimation du nombre de vies pouvant être sauvées par notre technologie. En effet, nous partons du principe que nos utilisateurs seront en capacité de transmettre leur savoir autour d'eux et de sauver des vies en cas de catastrophe naturelle.

Indicateurs à surveiller

Court terme

- Commentaires sur notre enquête satisfaction de l'expérience
- Nombre de followers sur nos pages réseaux sociaux

Moyen terme

- Retours utilisateurs ayant fait face à des catastrophes naturelles
- Croissance demande de nos services
- Commentaires sur notre enquête satisfaction de l'expérience
- Nombre de followers sur nos pages réseaux sociaux
- Rentabilisation des dépenses liées à la R&D

Long terme

- Nombre de vies sauvées
- Adaptation de notre logiciel aux nouveaux enjeux
- Retours utilisateurs ayant fait face à des catastrophes naturelles
- Croissance demande de nos services
- Commentaires sur notre enquête de satisfaction de l'expérience
- Nombre de followers sur nos pages réseaux sociaux

Notre ambition

Pourquoi
nous
choisir ?

Les inondations en Aude ont été un réel électrochoc pour notre équipe, et nous ont permis de réaliser l'imminence du réchauffement climatique, et le manque de préparation des populations qui seront potentiellement réfugiées climatiques d'ici quelques années. Nous voulons que ces populations sachent et soient préparées pour faire face à ces catastrophes. Pour cela, nous avons formulé une offre unique :

- Un camion itinérant parcourant la France, à l'intérieur duquel un service de réalité virtuelle gratuit mettant à l'épreuve le sang-froid des participants.
- Sous forme de jeux vidéo, des mises en situations concrètes d'une catastrophe naturelle ciblées par région et par risque.
- Une pédagogie afin de transmettre les « bons réflexes » aux populations.
- Des subventions publiques, et investissements privés pour financer un projet non lucratif dont le seul objectif est le bien commun.
- Une volonté d'expansion aux autres pays sujets au réchauffement climatique, afin d'avoir un impact international.

**Un projet
utile et novateur**

Alliant nouvelles technologies et réchauffement climatique, notre projet se veut à la fois innovant et nécessaire. Nous avons la certitude qu'une mise en situation est le meilleur moyen de faire comprendre les enjeux de la dégradation de notre environnement aux personnes qui devront très rapidement y être confrontées. La technologie nous permet aujourd'hui de nous immerger totalement dans un univers, donc pourquoi pas dans notre futur proche ?

Business Model Canvas

<p>Partenaires clés</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Les compagnies d'assurances • Les collectivités locales : mairie (pour les écoles), départements (pour les collèges) et régions (pour les lycées)
<p>Activités principales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Permettre aux habitants des zones les plus exposées aux risques naturels de développer des réflexes utiles en cas de catastrophe, par le biais de jeux de réalité virtuelle immersifs. • Interventions auprès de scolaires, mais aussi du grand public
<p>Ressources clés (actifs)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Un camion équipé VR • Le matériel nécessaire à la VR (lunettes...) • Brevet
<p>Propositions de valeur</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptation du jeu aux territoires visités • Apprentissage par l'expérience pour acquérir des réflexes (et non de simples connaissances)
<p>Relation clients</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Avec les acteurs institutionnels : établir de la confiance, prendre en compte les demandes et attentes pédagogiques • Avec le grand public : mettre plus l'accent sur l'aspect ludique
<p>Canaux de distribution</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Visite d'un ensemble de territoires particulièrement concernés par les risques naturels à bord du camion.
<p>Segmentation clients</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Institutionnels : écoles, collèges et lycées situés dans des zones à risque • Grand public : habitants de zones à risque
<p>Sources de revenus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Subventions versées par l'Etat • Paiements des acteurs locaux pour l'accès des scolaires au camion • Paiements des particuliers • Accords avec les organismes d'assurance
<p>Structures de coûts</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Coûts fixes : masse salariale, achat et amortissement du camion, achat du matériel de VR • Coûts variables : pour le camion : essence, pièces d'usure ; frais de communication et de marketing