

Milton : un jeu pour faire des collaborateurs les acteurs de la réduction carbone

49% des salariés français déclarent ne pas savoir ce qu'est la RSE et 57% d'entre eux se disent mal informés sur la politique RSE de leur entreprise¹. Pour atteindre les objectifs de l'Accord de Paris, la loi de Transition Énergétique pour la Croissance Verte a introduit le principe d'une Stratégie Nationale Bas-Carbone. Pour être en mesure de contribuer activement à cette feuille de route ambitieuse, les entreprises doivent fortement mobiliser tous leurs salariés afin de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Dans ce contexte, l'agence Artistik Bazaar collabore avec l'artiste et designer Isabelle Daëron pour lancer Milton, un jeu destiné à sensibiliser les collaborateurs à la réduction de l'impact carbone de leur entreprise.

Milton : un jeu pour sensibiliser à la réduction de l'impact carbone des entreprises

L'agence Artistik Bazaar et l'artiste-designer Isabelle Daëron ont rassemblé leurs savoir-faire afin de proposer aux entreprises un outil pour animer leur politique RSE. Beta-testé lors de la Semaine du développement durable 2020, développé dans sa version en ligne début 2021, Milton est aujourd'hui accessible pour toutes les entreprises. Ce jeu de cartes permet aux collaborateurs de découvrir l'équivalent carbone de gestes simples et d'actions quotidiennes de l'entreprise, de les hiérarchiser, puis de s'en emparer pour réduire son bilan. On explore ainsi les grandes catégories de la vie d'une organisation : Numérique, Bâtiment, Mobilité et Ressources. Le nom du jeu a plusieurs origines. L'objectif est de réduire de 1 000 tonnes de CO₂ son bilan carbone. C'est aussi un clin d'œil à l'économiste Milton Friedman, théoricien de l'économie néo-libérale dont on connaît aujourd'hui les conséquences sur notre environnement. Enfin, c'est une référence au Mille bornes, dont les adeptes retrouveront certaines mécaniques en jouant à Milton.

Utiliser la dimension ludique pour créer l'engagement

Milton se joue par plateau de trois à quatre joueurs. Chaque joueur représente une entreprise et a un seul et unique objectif : être le premier à réduire de 1 000 tonnes son bilan carbone. L'expérience de jeu se fait dans le cadre d'un atelier d'1h30 durant lequel on joue, puis on collabore en équipe autour d'un plan d'action. *" Milton répond à un double besoin : informer et sensibiliser les collaborateurs éloignés des enjeux RSE et permettre aux salariés déjà engagés dans une transition écologique de poursuivre leur démarche individuelle et citoyenne dans l'entreprise. Pour cela, la dimension collective, conviviale et ludique est au cœur de l'expérience de jeu."* détaille Marine Birot, co-fondatrice d'Artistik Bazaar.

Le rôle des artistes pour accélérer la prise de conscience

Artistik Bazaar est une agence créative qui adresse les grands enjeux de transformation de l'entreprise. Convaincu du rôle pédagogique et fédérateur de la création artistique pour adresser les grands enjeux de transformation de l'entreprise, Artistik Bazaar crée depuis 6 ans des collaborations inédites avec des artistes pour faire vivre autrement des sujets tels que l'innovation, la RSE, le futur des technologies, etc. Pour Milton, l'agence a sollicité Isabelle Daëron, une artiste et designer reconnue pour son engagement sur les questions environnementales : *"Il est temps de rêver d'un autre monde et de donner envie à chacun de cette nouvelle vie"*.

Contact Presse :

Marine Birot (Artistik Bazaar) : marine.b@artistikbazaar.com / 06 60 02 04 27

¹ Enquête Ipsos <https://www.ipsos.com/fr-fr/la-rse-queelles-perceptions-et-quels-enjeux-2nde-edition-de-letude-ipsos-x-openmind-kfe>



Crédits Mary-Lou Mauricio