



Jeu, luxe et durabilité

La joaillerie éthique se développe et de grandes maisons sont sensibles à vouloir respecter une chaîne de valeur durable. Cette volonté d'accélérer la transition durable rejoint les attentes d'une clientèle désormais sensible à ce thème. Comment former les collaborateurs-trices aux principes ESG dans l'industrie du luxe et les associer aux valeurs de leur employeur ?

-/ Ethical jewellery is on the rise and some of the major jewellery houses are keen to respect a sustainable value chain. This desire to accelerate the sustainable transition is in line with the expectations of a clientele that is now sensitive to this theme. How can employees be trained in ESG principles in the luxury industry and associated with the values of their employer?

Informations et contact : a-maze.ch
Philippe.cathelaz@a-maze.ch

Accompagner la transition économique, écologique et sociale tout en s'amusant: c'est ce que propose a-maze avec l'escape game digital « Diamondo » crée par dss+ et Voxia Communication. A travers le parcours d'un diamant, le jeu aborde conditions d'extraction, droits humains, packaging, transport, production intensive ou locale, chaîne de distribution, marketing et consommation. Un vol de collier entraîne les joueurs dans une enquête internationale et les immerge dans le monde complexe du luxe durable. Ils ont 60 minutes pour résoudre les énigmes et retrouver le précieux bijoux. Diamondo, permet ainsi de se familiariser avec l'ensemble des étapes à prendre en compte dans la joaillerie durable.

Questions à Virgile Loisanca, CEO d'Emeraude Escape, développeur de «Diamondo»

Pourquoi un jeu ?

Aujourd'hui, l'une des manières les plus adaptées pour capter l'attention et ancrer les messages est de passer par des techniques de gamification telles que l'escape game ou le Metavers.

A qui s'adressent les escape game digitaux ?

Ce format permet de s'adresser à 10 comme à 100 000 collaborateurs, dans 30 langues différentes, pour des projets de formation, de sensibilisation et d'acculturation en Suisse et à travers le monde. Quel que soit le projet, tous se prêtent au jeu ! A ce jour, nous en avons développé pour de grandes Maisons de Luxe, à l'instar de Richemont, Hermès ou encore Chanel.

-/ Accompanying the economic, ecological and social transition while having fun: this is what a-maze proposes with the digital escape game «Diamondo», created by dss+ and Voxia Communication. Through the journey of a diamond, the game tackles the conditions and challenges of extraction, human rights, packaging, transport, intensive or local production, distribution chain, marketing and consumption.

The theft of a necklace leads the players into an international investigation and immerses them in the complex world of sustainable luxury. They have 60 minutes to solve the riddles and find the precious jewel. Diamondo allows players to become familiar with all the steps to be taken into account in sustainable jewellery.

Questions to Virgile Loisanca, CEO of Emeraude Escape, developer of «Diamondo»

Why a game?

Today, one of the most suitable ways of capturing attention and anchoring messages is through gamification techniques such as escape games or Metavers.

Who are digital escape games aimed at?

This format allows us to engage 10 to 100,000 collaborators, in any language, for training, awareness and acculturation projects. Whatever the project, everyone takes pleasure in participating in the escape game. As of today, we also have developed projects for major luxury brands such as Richemont, Hermès and Chanel.