

· Mémoire méthodologique ·

PÉDAGOGIE · CYBERSÉCURITÉ · SCIENCES COGNITIVES

Cybervécu

Une méthode pédagogique pour la sensibilisation cybersécurité par l'expérience du quotidien

· · ·

PRÉSENTÉ PAR LES COFONDATEURS



Lise BENOIT
Cofondatrice

&



Matis SONZINI
Cofondateur

ROOMCA

La méthode pédagogique cybersécurité par l'expérience du quotidien

LYON, FRANCE ◆ VERSION 1.0 ◆ MAI 2026

Pourquoi Cybervécu existe

Quand j'ai commencé à parler de cybersécurité autour de moi, j'ai entendu deux choses, toujours.

D'un côté, le ras-le-bol. « *La cyber, ça me fait perdre du temps. Ça plombe ma productivité.* » La sécurité numérique vécue comme une charge, pas comme un réflexe.

De l'autre, un détachement déconcertant. « *Ça ne me concerne pas, je suis tout petit, personne ne s'intéresse à moi.* » Mon père, électricien, raisonnait ainsi. Un proche débordé cherchait simplement à « *ne pas perdre encore plus de temps* » sur le sujet.

J'ai essayé. Vraiment. Je leur ai montré des vidéos. J'ai testé des jeux de société cyber. J'ai préparé des présentations. Rien ne s'imprimait. Rien n'était adapté à leur secteur. Rien ne ressemblait à leur quotidien réel. Au mieux, un haussement d'épaules. Au pire, l'agacement de qui sent qu'on lui parle d'un risque qui se passe ailleurs, chez d'autres, dans une autre vie.

C'est dans mon métier que j'ai compris ce qui manquait. Une approche qui ne raconte pas le risque, mais qui le fait vivre. Qui ne montre pas un hacker en sweat noir, mais votre boîte mail à vous. Qui ne dit pas « *la cyber est importante* », mais qui vous fait décider sous pression dans le décor exact où vous travaillez chaque jour.

Cybervécu, c'est reproduire votre quotidien pour vous protéger face aux cyberattaques.

Pas plus compliqué que ça.

Lise BENOIT



La voix de Matis

J'en avais marre de travailler avec des outils qui me faisaient regarder des vidéos ou lire des fiches sur la cybersécurité. Je m'ennuyais, je ne retenais rien, et je me disais qu'au fond personne ne se faisait vraiment hacker. Jusqu'au jour où j'ai vu des proches se faire attaquer de plus en plus souvent et mesurer le risque réel.

Dans le rush du quotidien, je me suis dit que ça pouvait aussi m'arriver. Avec les tensions mondiales qui montent et l'accès de plus en plus facile à des outils puissants pour soutirer de l'argent sans effort, une vidéo YouTube de trois minutes par an ne suffisait plus, on le sait tous.

Il nous est apparu évident qu'un outil de cybersécurité devait offrir une expérience qui se vit : un jeu qu'on a envie de faire, dont on parle avec ses collègues à la pause, avec des cas qu'on reconnaît dans son quotidien. J'avais envie de voir des affiches dans nos bureaux qui rappellent les bons réflexes, d'être formé de façon moderne via de fausses offres avec QR code où je me ferais avoir, un contenu interactif et ludique, des situations auxquelles on pourrait vraiment être confronté.

J'ai listé tout ce qui me frustrait chez la concurrence et on en a fait une règle d'or à éviter absolument.

C'est une méthode conçue en pensant aux apprenants en priorité, à leurs besoins et envies réels, avec pour objectif leur mémorisation. En s'inspirant de centaines de cas réels survenus partout dans le monde, on a produit la méthodologie et l'outil qu'on aurait voulu avoir nous-mêmes en tant que collaborateurs.

Matis SONZINI



Le constat et la réponse Cybervécu

Le constat

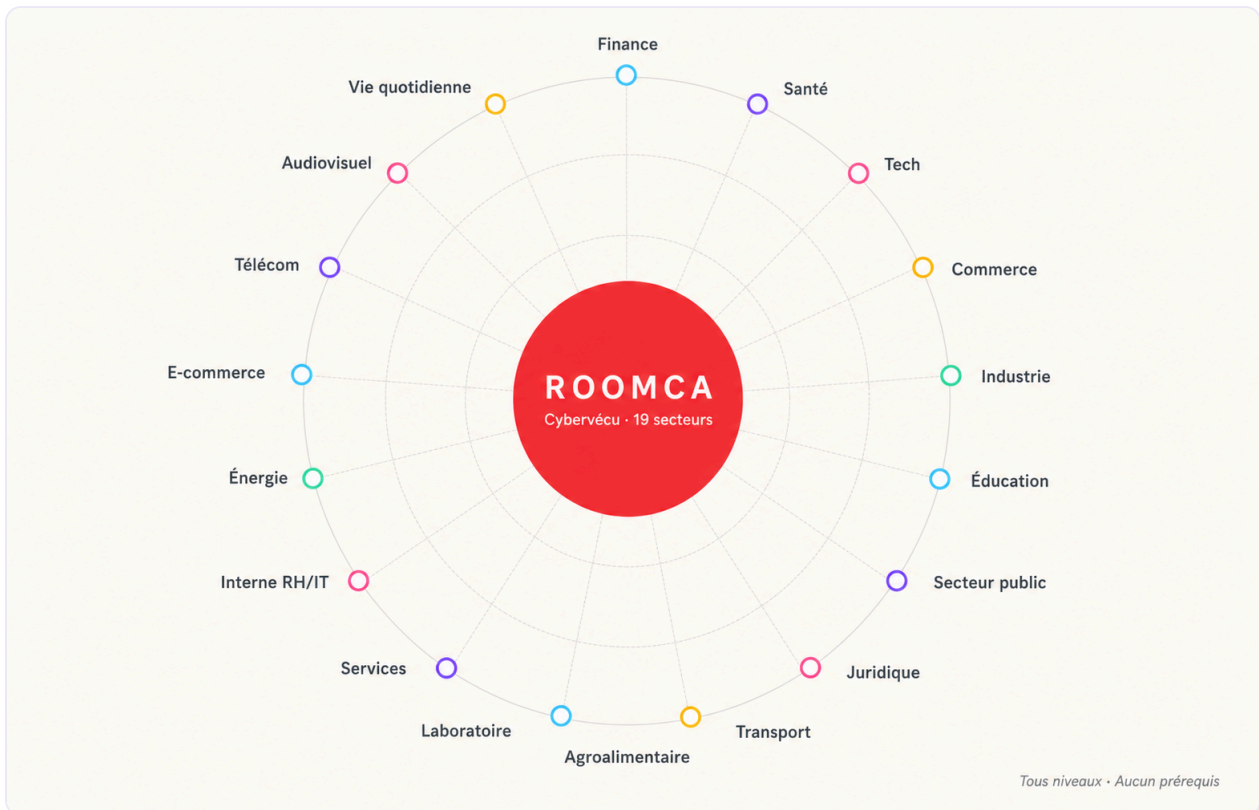
Quatre-vingt-dix pour cent des cyberattaques réussies commencent par une erreur humaine (Cyberdéfense, Ministère des Armées, 2024). Pourtant, la majorité des sensibilisations cyber actuelles parlent de code, pas de gestes du quotidien. Elles montrent un hacker en sweat noir, un écran générique, un chiffre choc. L'apprenant hoche la tête, et le mardi suivant clique quand même sur la fausse facture.

Le problème n'est ni l'information, ni la capacité de l'apprenant. Le problème est que **rien ne s'imprime** dans son quotidien réel. La mémoire humaine fonctionne par contexte (Tulving, 1973). Si la formation ne ressemble pas à son écran de travail, son cerveau range le risque dans la case « ailleurs » et ferme l'épisode.

La réponse Cybervécu

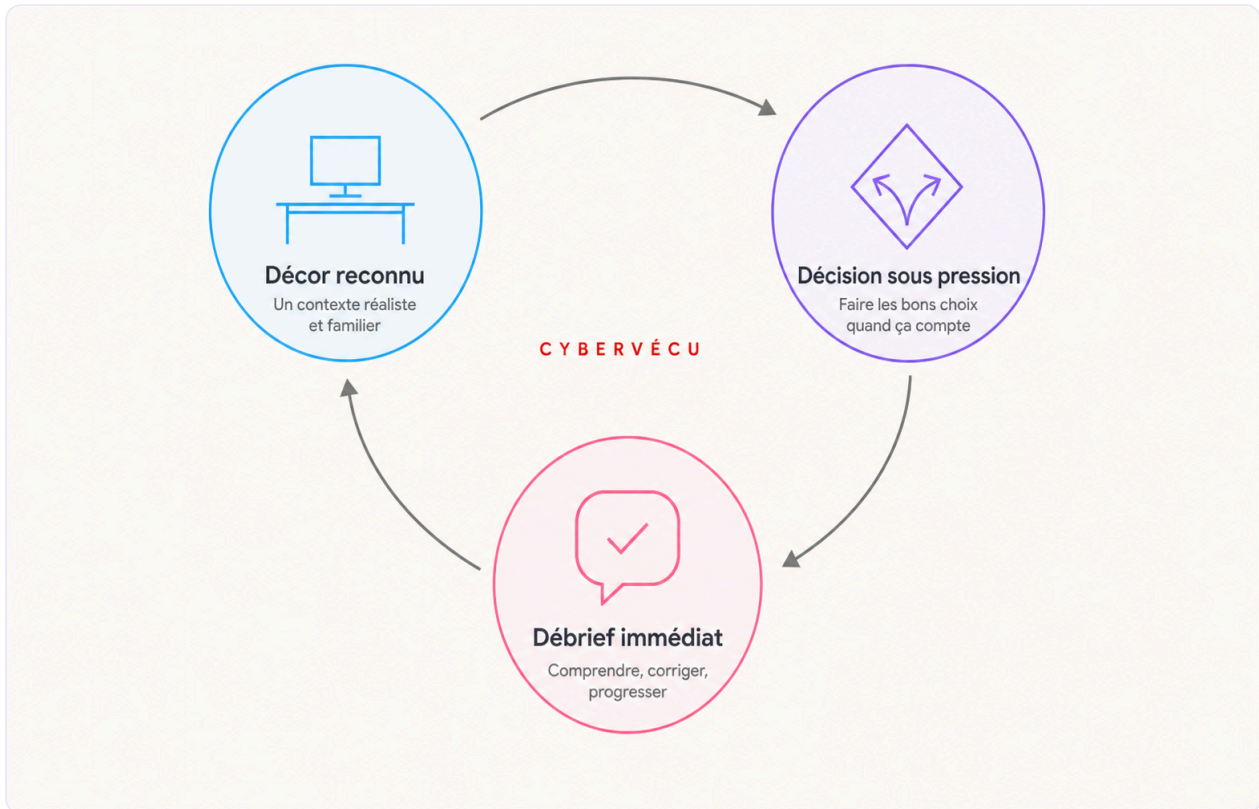
Cybervécu prend le problème par l'autre bout. On n'enseigne pas la cyber : on la fait vivre. L'apprenant ne lit pas un risque, il le rencontre dans un décor qui ressemble exactement au sien, prend une décision sous pression, et reçoit un débrief immédiat ancré sur ce qu'il vient de faire.

Trois principes fondent la méthode. Onze décors la matérialisent dans la plateforme ROOMCA. Huit KPIs en mesurent l'efficacité.



Dix-neuf secteurs métier couverts : chaque scénario est calibré sur le quotidien réel de l'apprenant.

Les trois principes fondateurs



Décor reconnu, décision sous pression, débrief immédiat : les trois piliers Cybervécu.

Le décor reconnu

La mémoire humaine n'apprend pas un risque abstrait. Elle apprend un risque qui ressemble à son contexte. Si l'écran de la formation ne ressemble pas à votre écran de travail, votre cerveau range le risque dans la case « ailleurs ».

Source · Encoding specificity, Tulving & Thomson (1973). La mémoire rappelle mieux ce qu'elle a appris dans un contexte qui ressemble au moment du rappel. Plus le décor d'apprentissage ressemble au décor de l'attaque réelle, plus le réflexe se déclenche au bon moment.

CE QUE ROOMCA EXÉCUTE

Les décors sont calqués sur les outils réels (Outlook, iOS, Android, Teams, Zoom). Chaque scénario est calibré sur l'un des dix-neuf secteurs métier que ROOMCA couvre.

EXEMPLE

Un soignant joue un scénario où il voit un mail Ameli dans une boîte qui ressemble à la sienne, avec mails de la veille, signature interne, calendrier en barre latérale. Pas un hacker en sweat noir. Pas un écran générique.

La décision sous pression

On n'apprend pas la cyber en la lisant. On l'apprend en agissant, en se trompant, et en ressentant l'impact de son choix. La connaissance théorique ne crée pas de réflexe. Seule la décision répétée crée un réflexe.

Source · Productive failure, Kapur (2008). On apprend mieux quand on agit avant d'avoir la solution, et qu'on se trompe en cours de route. L'erreur engagée crée un ancrage que la lecture passive ne crée jamais.

CE QUE ROOMCA EXÉCUTE

Chacun des onze décors Cybervécu demande une action concrète : cliquer, refuser, valider, trier, scanner, choisir. Chaque décision, son délai et son contexte sont enregistrés côté admin (taux de clic mail, taux de scan QR, taux de signalement, temps de décision moyen).

EXEMPLE

L'apprenant ne lit pas « il faut vérifier l'expéditeur ». Il décide en trente secondes s'il clique sur le mail Ameli, comme dans la vraie vie. S'il clique, le scénario poursuit avec la conséquence (faux site de connexion). S'il refuse, le scénario poursuit avec la validation (signalement à l'IT).

Le débrief immédiat

Un retour différé ne s'imprime pas. Un retour à chaud, ancré sur la décision qui vient d'être prise, oui. Le cerveau associe la leçon à l'expérience qui vient d'avoir lieu, pas à un cours abstrait reçu trois jours plus tard.

Source · The Power of Feedback, Hattie & Timperley (2007). Le feedback rapproché de l'action a un effet d'apprentissage 6 à 8 fois supérieur au feedback différé. Méta-analyse de 196 études, taille d'effet $d = 0,79$.

CE QUE ROOMCA EXÉCUTE

Après chaque bloc, un débrief court s'affiche : ce qu'il fallait remarquer, pourquoi, et la règle d'or à retenir. Pas un rapport hebdomadaire. Pas un mail de synthèse en fin de session. Un débrief en moins de quinze secondes, dans l'écran, juste après la décision.

EXEMPLE

L'apprenant clique sur le faux mail Ameli. Immédiatement, le débrief : « Voici l'indice que vous auriez pu repérer : le domaine était ameli-fr-securite.com, pas ameli.fr. Règle d'or : toujours vérifier le domaine avant de cliquer, surtout sur les mails qui parlent d'argent ou d'identité. »



Le cycle d'apprentissage Cybervecu : un réflexe se construit par répétition de l'expérience, pas par lecture.

Bonjour, Justine
ROOMCA Corp - Niveau **Maître**

VOTRE SCORE DE SÉCURITÉ
92 /100
92% Maîtrise
Excellent - Vous êtes un atout pour la sécurité
8/10 scénarios complétés - 7353/8000 pts

8/10 Progression
7353 pts Score
4 Badges
10 Certificats

Vue d'ensemble | **Activité** | Modules | Défis | Badges | Certificats | Classement

DATE	SCÉNARIO	SCORE	RÉSULTAT
2025-04-15	Opération : Inbox Zero	639/1000	Niveau
2025-04-15	Ingénierie Sociale	716/1000	Niveau

Accueil apprenant : scénarios assignés et progression.

MISSION ACCOMPLIE
Score 75% - seuil de réussite 70%

Bureau compromis

TEMPS PASSÉ **02:37** | CHAPITRES **8/8** | SCORE **798 pts** (+148)

ACTIONS **650** + BONUS TEMPS **+148** = TOTAL **798**

00:00 / 10 MIN
Terminé en 02:37 sur 10:00

TON BULLETIN **3 X 1**

Bien joué
3 RÉFLEXES ACQUIS

CH. 03 **Rapprocho...** +100 | CH. 04 **Quiz** +150 | CH. 05 **Une réactio...** +120

À revoir
1 PIÈGE À MAÎTRISER

CHAPITRE 02
Prenez un instant.

Conseil - Avant de partager une image pro : vérifiez l'arrière-plan (écrans, documents, badges visibles).

Rejouer | Tableau de bord

Débrief immédiat après la décision.

Premiers Pas Compléter votre premier scénario ✓ Obtenir	Une Semaine 7 jours consécutifs d'activité ✓ Obtenir	Pensée Rapide Compléter un scénario en moins de 2 minutes ✓ Obtenir	Vétéran 10 scénarios complétés ✓ Obtenir	Espir d'Équipe Faire partie du top 3 de votre groupe ✓ Obtenir
Chasseur de Phishing Identifier 20 emails frauduleux ✓ Obtenir	Anti-Manipulation Réussir 5 scénarios d'ingénierie sociale ✓ Obtenir	Expert 3 scénarios réussis ✓ Obtenir	Pro Conformité Compléter tous les modules SCSP ✓ Obtenir	Perfectionniste Score de 95+ sur un scénario ✓ Obtenir
Maître Score moyen de 90+ ✓ Obtenir	Un Moins 10 jours consécutifs ✓ Obtenir			

Badges et progression dans le parcours.

Dashboard | Classement | Mot de passe | **Vérifier et améliorer** | Apprendre | Manager | Nouveautés | Déconnexion

Testez votre mot de passe

Évaluez la force de votre mot de passe et découvrez des conseils pour l'améliorer.

Force: **Très faible** (14)

5 caractères | 24 / 128 | 26 possibilités

1000 essais

40 motifs de passe à fuir (voir liste)

Recommandation : Utilisez un mot de passe unique et complexe. Évitez les mots communs.

3 conseils de sécurité

Un plan de secours en cas d'urgence

Une base de données sécurisée

Créer un mot de passe solide

Essayez ces pratiques pour vous assurer d'enlever tout élément de votre mot de passe :

- Évitez les caractères faciles à deviner.
- Évitez les mots communs ou les mots de votre dictionnaire.
- Évitez les caractères similaires (0/O, l/I).
- Évitez les caractères consécutifs (123456789).
- Évitez les caractères consécutifs sur des chiffres (123456789).
- Évitez les caractères consécutifs sur des lettres (abcdefghijklmnopqrstuvwxyz).
- Évitez les caractères consécutifs sur des lettres inversées (zyxwvutsrqponmlkjihgfedcba).
- Évitez les caractères consécutifs sur des lettres inversées (zyxwvutsrqponmlkjihgfedcba).
- Évitez les caractères consécutifs sur des lettres inversées (zyxwvutsrqponmlkjihgfedcba).

Conseils de sécurité

- Utilisez un gestionnaire de mots de passe.
- Activez l'authentification à deux facteurs (2FA).
- Évitez de partager votre mot de passe.
- Évitez de réutiliser votre mot de passe sur d'autres sites.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des réseaux sociaux.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des forums.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de rencontres.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de streaming.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de jeux en ligne.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de logiciels.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de musique.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de vidéos.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de livres.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de films.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de jeux vidéo.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de logiciels.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de musique.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de vidéos.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de livres.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de films.
- Évitez de partager votre mot de passe sur des sites de téléchargement de jeux vidéo.

Lab mot de passe : tester ses pratiques sans saisir le vrai mot de passe.


Les onze décors Cybervécu

Chaque décor reproduit un endroit du quotidien numérique d'un collaborateur, et demande une décision dont l'apprenant ressent l'impact. Tous les décors ci-dessous existent comme briques du Builder ROOMCA.

11 blocs interactifs


Le moteur ROOMCA

01




Email
inbox réaliste

02




Phone
SMS et appel

03




Calendar
invitation piégée

04




Notification
push MFA

05



IBAN
changement de RIB

06



Webpage
fausse connexion

07





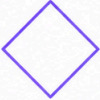
Photo
PJ et clé USB

08




QR
affiche QR

09




Décision
choix sous pression

10



Tri
vrai et faux

11



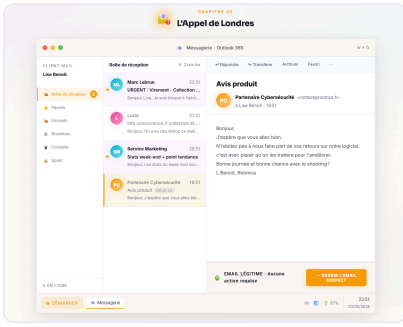
Puzzle
mots croisés

ROOMCA · Cybervécu

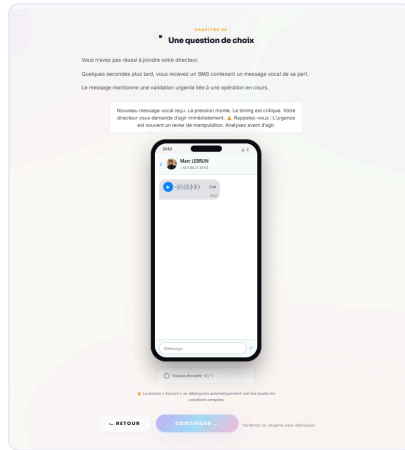
Les onze décors du quotidien numérique réinterprétés en briques pédagogiques.

N°	DÉCOR	BLOC BUILDER	QUOTIDIEN REPRODUIT	DÉCISION-CLÉ
01	Boîte mail réaliste	EmailBlock	Inbox style Outlook	Cliquer ou non sur un mail
02	Téléphone (SMS + Appel)	PhoneBlock	Écran téléphone réel	Répondre, taper un code
03	Agenda piégé	CalendarBlock	Invitation calendrier	Accepter ou refuser

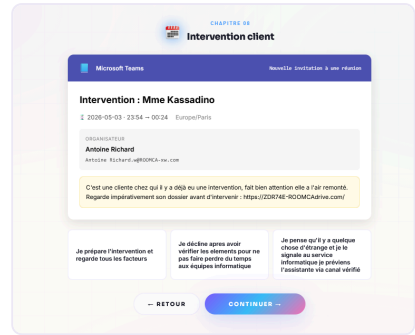
N°	DÉCOR	BLOC BUILDER	QUOTIDIEN REPRODUIT	DÉCISION-CLÉ
04	Notification push	NotificationBlock	MFA / 2FA	Valider ou refuser
05	IBAN / Virement	IbanBlock	Demande de RIB	Valider ou bloquer
06	Faux site web	WebpageBlock	Page de connexion	Saisir ou non
07	Photo / USB	PhotoBlock	Pièce jointe, clé USB	Ouvrir ou ignorer
08	QR Code	QrBlock	Affiche, sticker	Scanner ou non
09	Choix sous pression	DecisionBlock	Choix moral	Valider, refuser, signaler
10	Tri / discrimination	SortBlock	Trier vrais et faux	Classer correctement
11	Mémoire / réflexe	PuzzleBlock (3)	Mots croisés, mémo, tri	Ancrer un protocole par le jeu



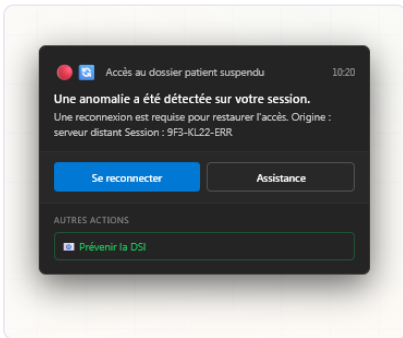
01 · EmailBlock



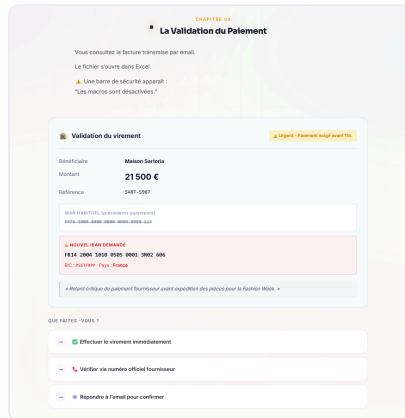
02 · PhoneBlock



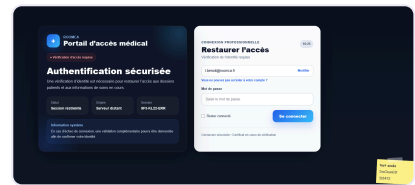
03 · CalendarBlock



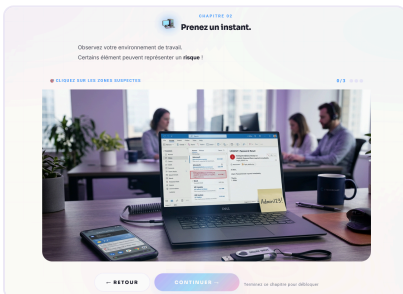
04 · NotificationBlock



05 · IbanBlock



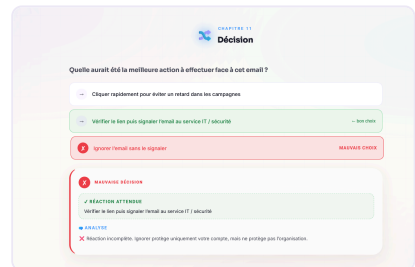
06 · WebpageBlock



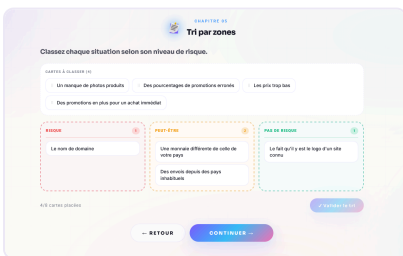
07 · PhotoBlock



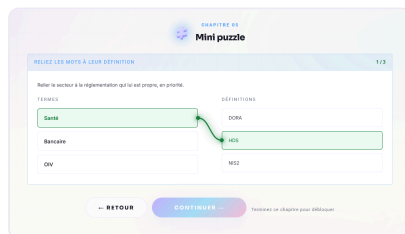
08 · QrBlock



09 · DecisionBlock



10 · SortBlock



11 · PuzzleBlock

Critères d'un bon scénario Cybervécu

Dix critères qualité pour évaluer un scénario avant publication dans le catalogue ROOMCA. Trois familles : décor, action, apprentissage. Un scénario qui rate l'un de ces critères n'est pas Cybervécu.

Décor & contexte

01 Le décor est calibré sur un secteur métier réel.

Pas de scénario « pour tout le monde » : un scénario santé, un scénario finance, un scénario industrie. La langue et le ton correspondent au registre du métier visé.

02 Les données personnelles personnalisent le décor, jamais la honte.

Les données du collaborateur (prénom, mail, service) sont injectées via balises dynamiques pour rendre le décor reconnaissable. Elles restent sur l'infrastructure ROOMCA (France, RGPD), ne sont jamais partagées avec des tiers, et ne servent jamais à exposer un collaborateur publiquement.

03 Le décor s'appuie sur les vraies marques du quotidien, en cadre privé pédagogique.

Un scénario Cybervécu reproduit deux niveaux de marques : interfaces (Outlook, Gmail, Teams, Microsoft 365, iOS, Android, Zoom) et contenus reçus (mails Ameli, La Poste, URSSAF, CPAM, fausses factures fournisseurs, faux SMS de banque, fausses notifications de livraison). C'est ce qui rend le décor reconnaissable. L'usage est strictement interne à l'organisation cliente, sans exposition publique, sans exploitation commerciale, et conforme à l'exception pédagogique du droit des marques.

Action & pression

01 Au moins une décision sous pression est demandée à l'apprenant.

Cliquer, refuser, valider, signaler, scanner, choisir. Sans décision, ce n'est pas un scénario Cybervécu : c'est une vidéo.

02 La décision-clé tombe en moins de trente secondes.

Comme dans la vraie vie. Pas de méditation longue, pas de chemin évident vers la bonne réponse, pas de bouton « voir la solution » avant l'action.

03 Au moins deux indices sont placés dans le décor.

Un indice évident, accessible aux apprenants peu formés. Un indice subtil, qui récompense les attentifs. Sinon le scénario est trop facile (frustrant) ou trop dur (humiliant).

Apprentissage

01 Un seul angle pédagogique principal par scénario.

Pas trois leçons en parallèle. La mémoire ancre une chose, pas trois.

02 Le débrief tombe à chaud.

Maximum quinze secondes après la décision. Pas un mail de récap en fin de mois. Pas un rapport hebdomadaire. Un débrief dans l'écran, juste après l'action.

03 La leçon est ancrée sur l'erreur de l'apprenant.

Le débrief explique ce qu'il aurait pu repérer dans ce scénario précis, pas une règle générale tirée d'un manuel cyber.

04 L'erreur n'humilie pas.

Le ton du débrief encourage, ne moralise pas. Pas de « vous avez échoué », plutôt « voici ce que vous auriez pu repérer ». L'apprenant qui se trompe doit pouvoir rejouer.

Anti-patterns à éviter

Huit erreurs récurrentes des sensibilisations cyber classiques, que Cybervécu refuse explicitement. Si l'un de ces patterns est présent, ce n'est pas Cybervécu.

01 La vidéo passive avec voix-off explicative.

L'apprenant regarde, ne décide pas, n'imprime rien. Au mieux, il l'oublie en quittant la salle de réunion.

02 Le jeu de société cyber générique.

Bonne intention, mauvais format. Sans décor numérique reproduit, le geste ludique ne se transfère pas dans le quotidien réel de l'apprenant.

03 La présentation théorique sans interaction.

Slides, voix monocorde, chiffres anxiogènes. L'apprenant écoute, hoche la tête, repart cliquer sur la fausse facture le lundi.

04 Le QCM à choix multiples en fin de session.

On teste la connaissance théorique, pas le réflexe en situation. Une bonne réponse à un QCM ne dit rien sur ce qui se passera devant le vrai mail piégé.

05 Le hacker stéréotypé en sweat noir.

Aucun apprenant ne se reconnaît dans ce décor. La mémoire range l'épisode dans « ailleurs ».

06 Le scénario « pour tout le monde » sans calibrage métier.

Si le décor n'évoque pas le quotidien spécifique du collaborateur, son cerveau classe l'épisode en hors-sujet et ferme l'apprentissage.

07 Le débrief différé (mail récap en fin de mois).

L'expérience est déjà oubliée. Le feedback différé a un effet d'apprentissage 6 à 8 fois inférieur au feedback immédiat (Hattie & Timperley, 2007).

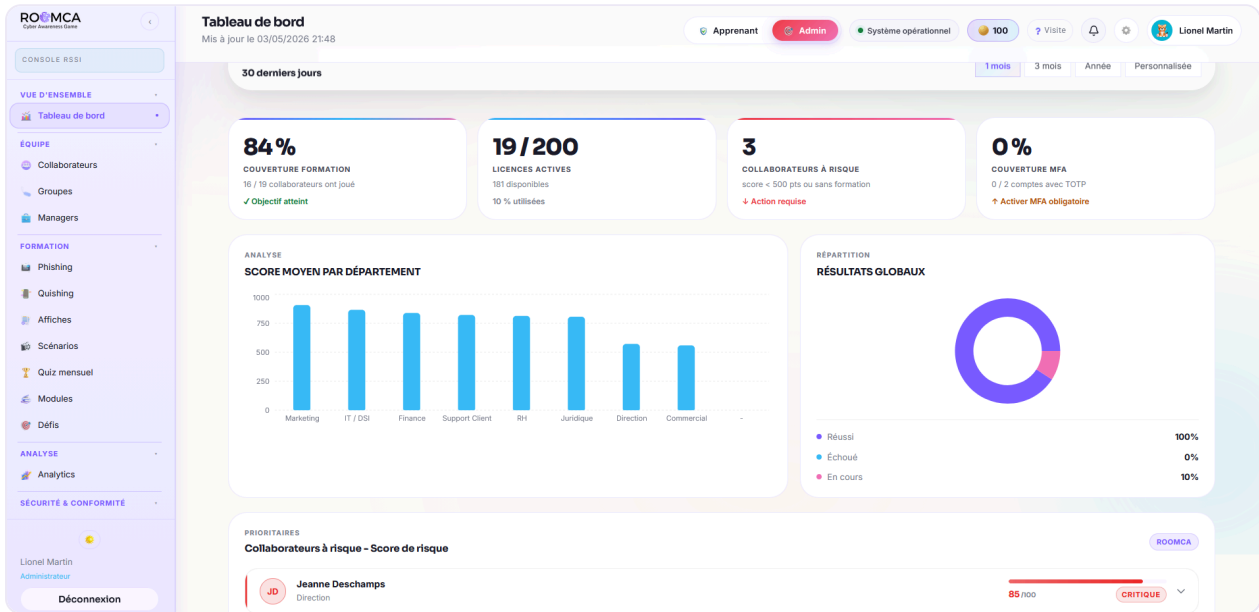
08

La leçon moralisatrice ou humiliante.

« Vous avez échoué, vous êtes une faille humaine. » L'apprenant ferme, désengage, se braque.
La honte ne forme pas un réflexe : elle l'éteint.

Les huit KPIs Cybervécu

Une méthode sans mesure est un manifeste. ROOMCA enregistre huit indicateurs concrets pour chaque scénario, accessibles côté admin.

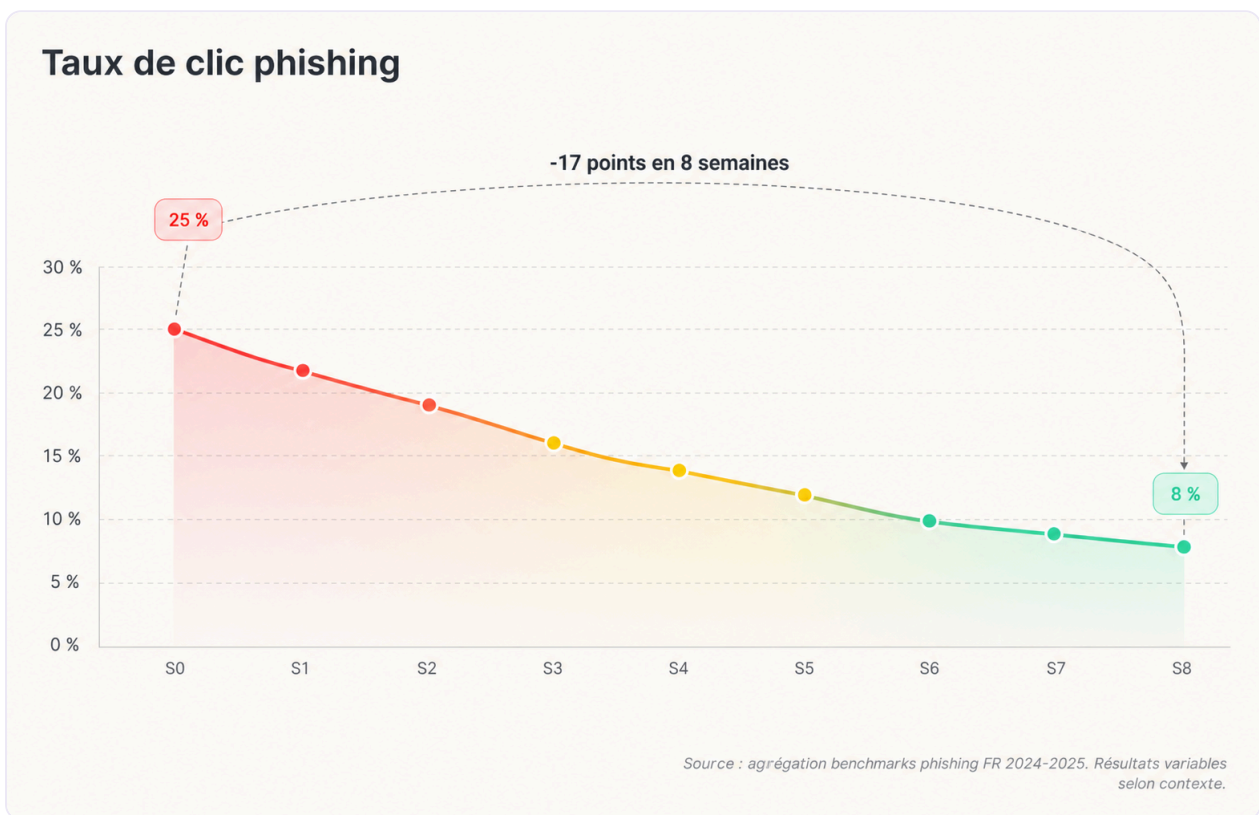


Dashboard admin ROOMCA : huit KPIs concrets pour piloter la culture cyber.

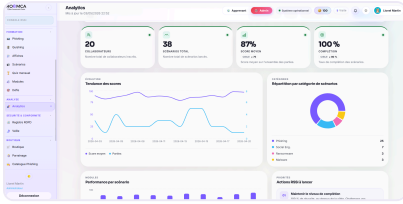
KPI	DÉFINITION	CIBLE CYBERVÉCU
Taux de complétion	% de scénarios assignés effectivement terminés	≥ 85 %
Temps moyen par scénario	Durée réelle du démarrage à la dernière action	5 à 15 min
Taux de clic	% d'apprenants qui cliquent un mail ou un SMS piégé	Baisse de 25 % à 8 % en 8 semaines
Taux de scan QR	% d'apprenants qui scannent un QR contextuel piégé	Baisse de 30 % à 10 % en 8 semaines
Taux de signalement	% d'apprenants qui rapportent l'attaque au lieu de cliquer	Hausse de 5 % à 35 % en 8 semaines

KPI	DÉFINITION	CIBLE CYBERVÉCU
Score moyen scénario	Note brute sur le score max propre à chaque scénario	Progression scénario après scénario
Taux de réussite	% de scénarios joués au-dessus du seuil de réussite (70 % par défaut)	≥ 75 %
Score quiz mensuel	Note /100 au quiz mensuel envoyé à chaque apprenant	Moyenne ≥ 75 / 100

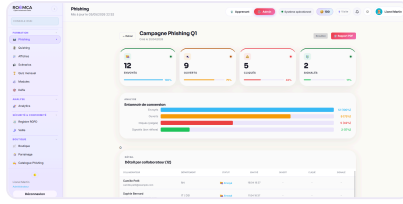
Les cibles sont indicatives et seront affinées avec les premiers clients.



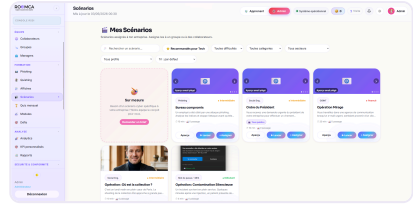
Cible Cybervécu : faire baisser le taux de clic de 25 % à 8 % en huit semaines.



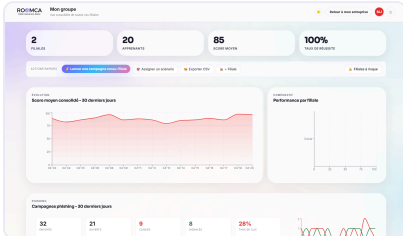
Analytics : taux de clic, scan, signalement par scénario.



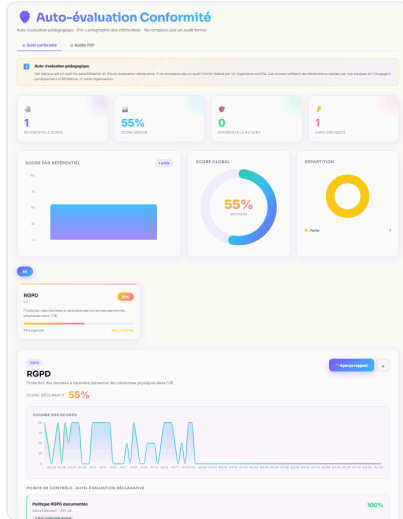
Analytics phishing : variants A/B et progression sur huit semaines.



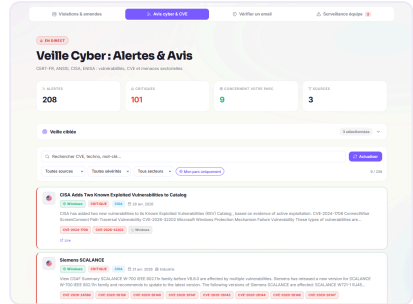
Catalogue scénarios : assignation par groupe et seuil de réussite.



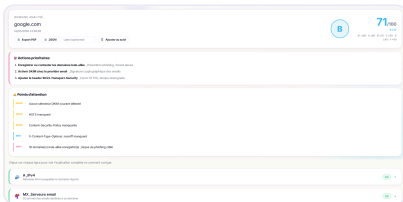
Groupes apprenants : équipes, services, variants A/B.



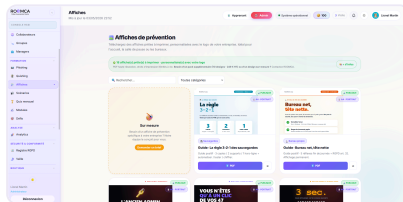
Conformité : audits NIS 2, ISO 27001, RGPD.



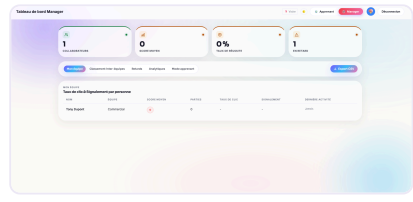
Veille cyber : alertes ANSSI, CERT-FR, secteurs.



Scan domaine : DNS, SPF, DKIM, DMARC, MX.



Affiches prévention : 19 secteurs, prêtes à imprimer.



Dashboard manager : vue consolidée des groupes pilotés.

Bibliographie

Sciences cognitives

- Tulving, E. & Thomson, D. M. (1973). *Encoding specificity and retrieval processes in episodic memory*. *Psychological Review*, 80(5), 352-373.
- Kapur, M. (2008). *Productive failure*. *Cognition and Instruction*, 26(3), 379-424.
- Hattie, J. & Timperley, H. (2007). *The power of feedback*. *Review of Educational Research*, 77(1), 81-112.

Cybersécurité

- ANSSI (2024). *Panorama de la menace cybersécurité 2024*.
- FBI IC3 (2024). *Internet Crime Report 2024*.
- CNIL (2024). *Rapport annuel*.
- Cyberdéfense, Ministère des Armées (2024). *Le facteur humain dans les cyberattaques*.

Version 1.0 · Mai 2026. Première publication. Onze décors validés, trois principes fondateurs, huit KPIs.

Évolutions prévues : étude longitudinale 12 mois avec un client pilote, ajout de décors selon retours, critères qualité affinés à partir de scénarios réels en production.

ROOMCA · Lyon, France · contact@roomca.fr · roomca.fr/cybervecu



Voir Cybervécu en démo, sur votre métier ?

Vingt minutes en visio. Vous traversez un scénario calibré sur votre secteur, du premier décor au débrief, comme un de vos collaborateurs.

contact@roomca.fr

CONÇU À LYON · HÉBERGÉ EN FRANCE ·
CONFORME RGPD · POST-QUANTIQUE