



RHÔNE & AIN - SERVICES



Mind Tests. Petit nouveau dans le teambuilding

Il se décrit comme « un fondu de la pub » qui cherche « à jouer avec la créativité de chacun ». À 37 ans, Martin Descours (photo) a alors choisi, pour donner corps à cette envie, de lancer Mind Tests. « Un jeu qui bouscule les codes de l'entreprise » poursuit ce Lyonnais d'origine, formé en école de commerce. Mind Tests se présente comme une activité dite de "cohésion" (ou teambuilding) qui vise à parler de l'entreprise et de la vie au sein de celle-ci de façon décalée et ludique. Concrètement, les salariés sont répartis par équipe. « Je projette alors des images qui sont toutes accompagnées d'un défi créatif » explique Martin Descours. Comme celui de « donner un titre à l'image » ou encore de « commencer la réponse par " quand ton patron... " ». À l'issue du temps imparti - entre 1 et 3 minute(s) par image - Martin Descours partage les " minds " (ou réponses) sans pour autant dévoiler les noms des auteurs. Plusieurs entreprises se sont déjà prêtées au jeu parmi lesquelles le voyageur Tui (propriétaire de Nouvelles Frontières et de Marmara) le groupe Carrefour ou encore Presstalis (distribution de presse).

P. Ti.