

Precia Molen

Objectif : fédérer tous ses collaborateurs après plusieurs croissance

**PRECIA
MOLEN™**
WORLDWIDE WEIGHING



17
filiales



1 100
collaborateurs

Présentation du groupe

Precia Molen est un groupe familiale Ardéchois, basé à Privas. L'entreprise toujours détenue par la famille Eschavaril à 52% est dirigée par René Colombel, son Directeur Général.

Precia Molen est spécialisée dans les solutions de pesage pour l'industrie et le commerce. Les systèmes de pesage fabriqués par Precia Molen vont de la balance poids/prix destinées aux commerçants, aux ponts roulants très grosse capacité pour le pesage des poids lourds en passant par le pesage pour l'industrie agroalimentaires ou le pesage continu notamment très répandu dans le domaine de l'extraction et des carrières.

Precia Molen a réalisé un chiffre d'affaires de 124 millions d'euros en 2017. Le groupe compte 1100 collaborateurs présents dans 18 pays, 7 sites de production et 53 agences en France.

“



Michael Furlong

DIRECTOR OF PRECIA MOLEN IRELAND

“ When I first received the email about the iDays I was thinking it was a waste of time. [...] It turns out that this was an excellent idea and we received many contributions [...] for PMI it was a very good idea and if we keep it up I think it will help us going forward. ”

“



René Colombel

MANAGING DIRECTOR

« Au fil des années j'ai contribué à faire grandir cette société, notamment avec des acquisitions en France et à l'International. Pour que l'esprit Precia Molen ne se dilue pas au fur et à mesure, il est important de partager et de construire une histoire commune. Nous sommes fiers d'avoir pu mener le projet iDay avec toutes nos équipes. Cela leur permet de voir que leurs enjeux sont partagés par les autres filiales et par le siège. C'est déterminant pour aller plus loin tous ensemble. »



8 des 17 filiales du Groupe ont participé davantage que le siège social de Precia Molen.



Sur les 241 idées retenues suite à l'analyse, 158 étaient issues des filiales.



Un trophée d'honneur a même été remis à l'Inde pour la participation record : 93 salariés, 88 participants et près de 160 idées.

Fédérer après plusieurs croissances externes

Après avoir su grandir notamment par croissance externe pour s'imposer à l'International, Precia Molen a besoin de renforcer le sentiment d'appartenance des salariées au groupe. Au fil des années, des actions ont été menées pour intégrer les sociétés rachetées. Il subsiste toutefois des disparités et l'attachement au groupe n'est pas ressenti de la même manière dans toutes les filiales. Dans ce contexte, iDay joue un rôle fédérateur en mobilisant tous les collaborateurs derrière la même bannière.

Contrairement à ce que l'équipe Dirigeante percevait, les résultats montrent que leur participation massive traduit leur attachement au Groupe. D'autre part, l'envie de contribuer positivement pour que les équipes des différentes filiales et du siège s'est traduit par une contribution massive dans la thématique « Mieux Collaborer ensemble ». Cette catégorie sur les 6 proposées au total a recueilli 27,5% des idées et celles-ci étaient aussi bien issues du siège que des filiales.

Détecter des talents

iDay permet à des collaborateurs loin du siège géographiquement ou hiérarchiquement de faire entendre leur voix sur les sujets qui compte le plus pour l'avenir du groupe. L'équipe dirigeante de Precia Molen a même pu identifier lors du jury de vrais champions dans les filiales qu'ils n'auraient pas forcément été mis en lumière dans le travail au quotidien. 5 des 6 idées récompensées par le comité de Direction viennent des filiales.

Innover toujours plus, en mobilisant toute l'entreprise

Precia Molen doit sa place de leader en France à sa capacité à innover. Avec l'objectif d'atteindre d'ici 2020, 135 millions d'euros, l'innovation doit rester au cœur des préoccupations des collaborateurs. Innovation produit mais surtout innovation de service car la filiale Precia Molen Service assure déjà 50% du Chiffres d'affaires du groupe et une rentabilité importante. iDay a joué le rôle de catalyseur en permettant d'aligner tous les collaborateurs sur les mêmes enjeux.

Résultats

Sur la participation par thématique

46% des idées

étaient orientées vers le client (au travers de nouveaux services, nouveaux produits, évolution digital, relation client...)

Sur le passage à l'action

1 100
idées

241
sélectionnées

40 idées de nouveaux services

69 idées pour proposer de nouveaux services
32 idées pour améliorer la satisfaction client



172
Quick Win



69
Pépites