

En Anjou, les salariés de Cailleau Herboristerie créent les infusions de l'été 2023

Pour souder les effectifs et révéler des compétences au sein de l'entreprise de Chemillé-en-Anjou (Maine-et-Loire), les directeurs Jordan Brard et Nicolas Baudry ont eu l'idée de créer deux groupes de travail interservices, constitués de volontaires, avec pour mission d'imaginer deux breuvages froids de la marque à commercialiser aux beaux jours.

Fin 2022, les directeurs Jordan Brard et Nicolas Baudry avaient lancé en ce sens un projet collaboratif impliquant des volontaires.

« Développer les liens »

Pour les dirigeants, **« il s'agit de développer les liens entre services, de la fonction achat jusqu'au marketing »**. Ce n'est pas vraiment nouveau mais, ce qui l'est, c'est l'ampleur du projet : chacun des deux groupes d'une douzaine de salariés devra réaliser une infusion froide qui sera mise en vente cet été 2023.

Jordan Brard précise que **« la conception est totale, de l'approvisionnement à l'étiquette, sans intervention de notre part. Les produits réalisés seront commercialisés mais ce n'est pas notre objectif premier. Lequel est que chacune et chacun se sente membre d'un collectif pour avoir conscience du rôle et des contraintes des différents services, et mette son expertise et ses compétences au service du groupe »**.

Pour les dirigeants, **« il s'agit de développer les liens entre services, de la fonction achat jusqu'au marketing »**. Ce n'est pas vraiment nouveau mais, ce qui l'est, c'est l'ampleur du projet : chacun des deux groupes d'une douzaine de salariés devra réaliser une infusion froide qui sera mise en vente cet été 2023.

« L'exercice est plaisant »

Nicolas Baudry ajoute que **« la démarche permet également de découvrir des compétences ignorées jusqu'alors. Comme cet agent de production doué pour le dessin qui va pouvoir s'impliquer pour son groupe dans la création de l'étiquette de l'infusion »**.

Mais qu'en pensent les salariés ? A priori, que du bien. En séance de travail, l'ambiance est à la fois détendue et studieuse. Jimmy, du service marketing, retient que **« l'exercice est plaisant. On n'est pas contraint par une charte graphique mais ce n'est pas forcément plus simple, les remarques du groupe sont nombreuses à devoir être prises en compte »**.

Le visiteur a goûté

Pour Anthony, du service production, **« on avance sans s'occuper du statut des uns et des autres »**.

Le groupe avait préparé une tasse du projet d'infusion à l'intention du visiteur. Verdict : très fraîche, arôme délicat et subtil.