
[Imprimer](#)

A2Mac1 : innovation, technologie et ambition au cœur de la Thiérache

Image

Depuis 25 ans, l'entreprise A2Mac1 propose aux constructeurs et équipementiers automobiles d'optimiser leurs processus en analysant les véhicules conçus par leurs concurrents. Evoluant au fil des années, leur solution de benchmarking s'est imprégnée des rouages de l'Industrie du Futur pour mieux faire profiter de datas aussi qualitatives qu'exhaustives les clients désireux d'innover.

Née à Hary (02) dans les Hauts-de-France, la nouvelle [Vitrine Industrie du Futur](#) avance avec ambition sur le marché de la mobilité. Données statiques et dynamiques, technologie 3D, analyse des coûts et des matériaux, workshops collaboratifs en physique ou à distance... Pour ses **près de 500 clients** dispatchés dans le monde, [A2Mac1](#) poursuit son ascension en exploitant les nouvelles technologies et en développant ses propres solutions en interne. Sébastien Attancourt, général manager du site et fier thiérachien, nous a dévoilé les coulisses et les ambitions de cette référence du benchmarking dédié à l'automobile et bientôt il l'espère, **à d'autres secteurs de l'industrie.**

Comment votre stratégie d'innovation vous a-t-elle permis de décrocher le label de Vitrine Industrie du Futur ?

Pour la labellisation Vitrine Industrie du Futur, nous avons notamment fait le focus sur la 3D. Depuis le début de notre activité nous avons des données statiques, et depuis près de 5 ans, nous avons créé un outil nous permettant de reconstituer la voiture en 3D sur notre plateforme accessible en ligne partout dans le monde. Cette solution permet à nos clients de démonter le produit « depuis leur salon ». Le process consiste à reprendre une voiture, la reconstituer en trois dimensions et à naviguer de façon totalement intuitive dans sa structure. Les clients peuvent monter et démonter le véhicule à leur gré et **accéder à toutes les données** dont ils ont besoin.

Nous avons aussi mis en avant la « virtual collaboration ». Durant ces deux dernières années marquées par la crise sanitaire, nos informaticiens ont développé un outil qui nous permet ainsi qu'à nos clients, de collaborer et de nous réunir dans un workshop virtuel depuis les quatre coins du monde pour discuter et échanger.

Vous êtes une entreprise née en France. Comment êtes-vous parvenus à vous imposer à travers le monde ?

Nous possédons des sites aux Etats-Unis, au Mexique, en Inde, en Chine ou encore en Thaïlande en plus de notre site originel implanté à Hary. La stratégie des investisseurs a toujours été de couvrir les marchés locaux, d'être au plus près des clients, et ce fonctionnement a perduré : en Europe nous démontons des voitures européennes, aux Etats-Unis des voitures américaines... Pour plein de raisons, il est toujours bon de maintenir cette proximité avec les clients. Même si avec les nouvelles technologies, nos outils digitaux sont là où ils en ont besoin, de nombreux clients viennent sur nos différents sites pour « toucher la matière ».

Considérez-vous avoir un rôle à jouer dans le développement de l'innovation chez vos clients ?

L'un de nos objectifs est d'aller plus en amont dans leur processus de décision en leur fournissant une plus grande largeur de données. En mettant à leur disposition ces solutions, software, outils et data, on les invite à progresser et à aller plus loin. Avec l'évolution du secteur, nous développons également nos données en y intégrant des informations supplémentaires, sur les raw materials (plastiques, polymères, caoutchouc...) par exemple, pour être en mesure d'enrichir la qualité de nos données et favoriser le processus d'innovation des constructeurs et équipementiers.

Tous ces développements impliquent une R&D solide. Comment celle-ci s'articule chez vous ?

Nous avons une R&D assez puissante, notamment sur la partie software. Nos équipes sont essentiellement, situées en France et en majeure partie en Thiérache. Nous avons des ingénieurs spécialisés dans tous types de secteurs, de l'informatique, à la chimie, en passant par les matériaux, les batteries... Ces spécialistes peuvent également apporter une dimension pédagogique auprès des clients en les accompagnant avec leur savoir.

Comment développez-vous la compétence au sein de l'entreprise ?

L'un des enjeux stratégiques de l'entreprise est de constamment aller chercher les talents pour répondre aux besoins de manière efficace. Pour ça, il faut s'entourer des meilleurs. Comme tout le monde, nous avons des contraintes, une nécessité de faire entrer de nouvelles compétences pour répondre aux évolutions du marché. Nous avons un plan de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences très ambitieux qui permet d'identifier les besoins clés. Nous avons aussi une stratégie de formation de nos jeunes que l'on développe à travers des partenariats avec des écoles.

Nous faisons ce pari pour deux raisons : la première est de les conformer à nos valeurs et notre ambition d'entreprise innovante et agile, la deuxième de nous donner la chance de sourcer les talents de demain.

Comment travaillez-vous votre attractivité auprès des futurs membres de vos équipes ?

Nous avons opéré un travail de fond en France et dans le monde. Nous faisons sans cesse évoluer nos politiques RH pour répondre aux besoins non seulement des marchés mais surtout de nos jeunes. Télétravail, flexibilité, valeurs... Nous évoluons constamment pour faire d'A2Mac1 une entreprise dans laquelle on a envie de travailler et de s'engager. Nous travaillons également avec nos managers pour les sensibiliser à cette intergénérationnalité capitale pour la suite. Et sur le fond, notre activité est attractive parce qu'elle implique de l'innovation, la découverte constante de technologies nouvelles... Ce sont de bons arguments à faire valoir auprès des jeunes. Nous prévoyons de **recruter 100 nouveaux collaborateurs dans le monde dont plus d'une trentaine en France** pour couvrir la croissance de l'entreprise.

Quelles sont vos ambitions pour l'avenir ?

Nous voulons couvrir l'ensemble de **la chaîne de valeur de la mobilité du futur**, de l'automobile, aux camions, en passant par les tracteurs ou les trottinettes, le tout adossé à une plateforme informatique sécurisée et puissante. Nous sommes également en train de développer la partie costing, qui est un nouveau levier pour l'entreprise. Outre les données statiques et dynamiques, les clients peuvent désormais se plonger dans les coûts. S'ils sont intéressés par la façon dont les concurrents conçoivent, fabriquent et pensent les produits, ils se demandent aussi quel prix tout ça peut représenter dans leur processus industriel.

Que vous apporte la labellisation Vitrine Industrie du Futur ?

Il s'agit d'abord de fierté pour toute l'équipe. Nous avons construit cette ambition sur le site historique d'Hary qui à la base était une ferme. Nous pouvons appuyer sur le fait que nous sommes parvenus à allier innovation technologique et ruralité. Développer nos solutions au milieu des champs démontre que la compétence se trouve partout dès lors qu'on l'anticipe et qu'on parvient à donner envie aux gens de nous rejoindre.

Nous en retenons également de la visibilité. Nous sommes très contents que notre entreprise fasse partie de la liste des sociétés prestigieuses labellisées. Nous faisons désormais partie du comité des [Vitrines Industrie du Futur des Hauts-de-France](#), ce qui nous permet de maintenir notre dynamique, d'échanger, d'aller voir ce qui se passe ailleurs en termes d'innovation. J'ai une conviction profonde, c'est que c'est à nous de donner envie aux jeunes de nous rejoindre et pour ça, nous devons être attentifs à ce qu'il se passe chez les meilleurs.

Source : [La FrenchFab](#) - 24/01/2022

[Lire le communiqué de presse](#) - 05/01/2022