

# Scania France parle d'« Avenir » via [avenir.scania.fr](http://avenir.scania.fr)

Scania a mis en ligne une expérience de découverte de son univers au travers de ses salariés. Les métiers de l'atelier, du commerce, du magasin et de la carrosserie s'ouvrent aux internautes au travers d'une immersion 360° durant laquelle on découvre les coulisses d'un point Scania et on échange avec les salariés.

Les défis combinés de l'accroissement du parc de véhicules et de la nécessaire transition énergétique ont encouragé Scania France à lancer une vaste campagne de recrutement de collaborateurs au travers d'une campagne de communication nommée « Avenir ». Le dispositif déploie de nombreux outils : après une 1<sup>ère</sup> phase par l'intermédiaire d'un film interactif, un parcours immersif vient compléter cette approche en permettant de vivre, sur le site [avenir.scania.fr](http://avenir.scania.fr), une expérience unique dans un atelier Scania avec des rencontres des salariés.

## Une découverte inédite des métiers véhicules industriels

Une première version de ce site avait permis déjà d'accompagner l'internaute dans un parcours introspectif et interactif lui permettant d'étudier dans quel univers de Scania il pouvait s'épanouir. Cette fois, l'expérience va encore plus loin avec les salariés qui présentent leurs métiers : chef d'atelier, mécanicien, magasinier, conseiller services... Au cours d'une visite interactive, on peut visiter l'atelier à 360 degrés. Et les internautes peuvent soumettre quatre questions à chaque professionnel.

« L'approche est résolument ludique avec une interface "gamer" qui permet de suivre sa progression dans le site, mais aussi pédagogique puisqu'il est possible de mieux connaître les métiers d'un distributeur véhicules industriels » explique Gilles Baustert, directeur marketing, communication et affaires publiques de Scania France. Les questions qui varient selon les interlocuteurs permettent de s'informer sur leur parcours, les qualités nécessaires et les missions de leur métier.



**Un outil pour aider les jeunes à s'orienter**

Ce site/expérience immersive est exploité également par les responsables ressources humaines lors des journées itinérantes, les portes-ouvertes dans les lycées professionnels et les centres de formation des apprentis. « *Sur la base de ce dispositif, nous nous rendons dans les établissements scolaires dédiés aux métiers de la mécanique afin de rencontrer les jeunes en recherche d'orientation. Cette campagne se déploiera jusqu'en 2025 afin de recruter les quelque 500 personnes dont nous avons besoin dans les quatre années à venir* », explique Sandrine Monnier, directrice des ressources humaines Scania France.

*« Les métiers de l'automobile et du poids lourd ont fortement évolué aux cours des dernières années. Souvent mal connus, ils offrent cependant de réelles opportunités pour des jeunes, qu'ils soient munis d'un CAP, d'un baccalauréat technique, ou d'un BTS spécialisé. Nous assurons les formations continues spécifiques à nos produits et services qui permettent d'acquérir au fil du temps une expérience unique auprès d'un constructeur leader dans son domaine »*, ajoute Sandrine Monnier.  
Et ça mérite d'être su !

*« Nous assurons les formations continues spécifiques à nos produits et services qui permettent d'acquérir au fil du temps une expérience unique auprès d'un constructeur leader dans son domaine. »*

Sandrine Monnier  
Directrice ressources humaines de Scania France

