

# Le Hub digital de Renault Maroc bien parti pour transformer le groupe en profondeur

■ Une entité à vocation régionale, déployée à Casablanca et à Tanger depuis 2018 ■ Le hub digital n'est pas superficiel, et n'obéit pas à un effet mode. Il travaille sur des solutions digitales très efficaces, utiles et très en lien avec les problématiques quotidiennes des usines et des showrooms.

Le groupe Renault prend le virage du digital. A travers son Hub Digital Maroc, le constructeur français est bien avancé dans la transformation digitale de l'entreprise. D'après Nadia Tazi, directrice Systèmes d'information du groupe Renault pour la région AMI, s'exprimant pour *La Vie éco*, le groupe Renault Maroc a dépassé le stade de la prise de conscience des enjeux de la transformation digitale et son impact décisif sur les organisations. La responsable rappelle que la création du Hub digital du groupe au Maroc remonte à 2018.

«Aujourd'hui, après avoir finalisé le staffing cette année, l'entité, dont les équipes sont déployées sur Tanger et Casablanca, est extrêmement active sur plusieurs chantiers d'envergure pour le groupe», laisse entendre M<sup>me</sup> Tazi. Elle ajoute que ce hub marocain se veut à vocation régionale, citant en guise d'exemple les récentes discussions avec Renault Algérie pour la mise en place d'une plateforme commerciale. «Il s'agit d'une entité transverse qui touche à l'ensemble des volets de l'exploitation. Elle est à la limite à étendue Afrique Moyen-Orient», relève la directrice SI de Renault Maroc.

Pour consolider ses rangs, le groupe a dû recruter des profils pointus en externe et aussi rallier des ressources humaines de Renault. Ces dernières, au contact des nouvelles recrues externes, vont voir leurs compétences rehaussées et leur savoir-faire amélioré (up-skilled).

A date d'aujourd'hui, les équipes ne chôment pas! Le Hub digital a mené des chantiers de très grande utilité pour l'ensemble des activités de Renault, à commencer par les achats, passant par la production en arrivant à la commercialisation et le



**PLUSIEURS SOLUTIONS DÉVELOPPÉES PAR LE HUB TOUCHE LA PARTIE COMMERCIALE, INDUSTRIELLE ET RESSOURCES HUMAINES**

parcours client. M<sup>me</sup> Tazi évoque quelques exemples édifiants de chantiers qui sont partis pour transformer à jamais les schémas au sein de l'entreprise.

A commencer par la confection d'une nouvelle plateforme B2B dont l'objectif est d'accompagner l'activité vente d'occasion que le groupe pratique depuis quelques années. Aussi, la responsable évoque également l'accompagnement du démarrage d'une nouvelle activité. Mohamed Bachiri, directeur général de Somaca, énumère d'autres réalisations

à forte valeur ajoutée et à incidence très remarquable, notamment sur le volet de la production industrielle et les process dans les usines de plus en plus connectées qui, selon lui, se sont mis à l'industrie 4.0. Le responsable évoque, à titre d'illustration, des solutions de pilotage industriel développées par les équipes du Hub digital et qui servent à anticiper les blocages et arrêts des chaînes de production et faire, ainsi, de la maintenance prédictive.

**Une réelle valeur ajoutée business et réduction de coûts fixes**

M<sup>me</sup> Tazi explique, en substance, que cette solution appliquée au changement des têtes de presse a permis, en plus du gain logistique, une économie estimée à des dizaines de milliers d'euros. Le DG de Somaca cite, de son côté, la solution de formation virtuelle (virtual training) des équipes du groupe. Dénommée Worky, elle permet de schématiser le poste de travail de façon virtuelle pour permettre aux apprentis d'apprendre en situation

«sur le tas». De plus, le hub a développé des outils digitaux avancés pour suivre la consommation des unités et anticiper, le cas échéant, les approvisionnements nécessaires en temps réel. A ce titre, la directrice SI ajoute que les solutions touchent la gestion de la fabrication dans l'ensemble. Par ailleurs, grâce au travail du groupe, le groupe s'est doté d'imprimantes 3D qui servent à produire des pièces de rechange à des coûts de production classique très élevés (les lisseuses, par exemple). De plus, ces imprimantes 3D permettent la création de prototypes.

Pour Marc Nassif, DG de Renault Maroc, il existe une réelle valeur business derrière la création du Hub Digital Maroc. Pour lui, le digital dans les sites industriels du groupe permet de réduire les dépenses, réaliser des gains de productivité, éviter des coûts supplémentaires, notamment les coûts fixes.

«Mettre en place un hub digital n'est pas superficiel, et n'obéit pas à un effet mode.

Le hub travaille sur des solutions digitales très efficaces, utiles et très en lien avec les problématiques que nous rencontrons dans nos usines et nos showrooms au quotidien», estime M. Bachiri. Le DG du constructeur ajoute que, parfois, les solutions trouvées par le Hub digital deviennent globales, c'est-à-dire adoptées par Renault à l'échelle du groupe. Ce dernier devient, selon Marc Nassif, perméable à ce genre d'initiatives et donne désormais cette grande liberté d'innover et ce mindset créatif pour l'ensemble des équipes, quel que soit le lieu de leur implantation.

Cela dit, le hub ne va pas s'arrêter en si bon chemin. M<sup>me</sup> Tazi informe que plusieurs projets sont dans le pipe. Selon elle, les équipes s'attendent actuellement au développement d'une application transport interne au groupe, deux projets concernant les véhicules neufs, une solution pour les pièces de rechange et d'autres grands chantiers relatifs à l'intelligence artificielle ■

NAOUFEL DARIF