

« L'image de l'industrie à la Zola, façon Germinal, n'a rien à voir avec ce qui se passe chez nous » : Airbus Atlantic recrute

Pascal Rabiller

Airbus Atlantic compte deux usines en Gironde (trois en région). Celle de Mérignac, dédiée à la fabrication des ailes d'avions ATR, est dirigée par Éric Belloc. Il explique sa stratégie concernant ses besoins récurrents de recrutements

Secteur attractif, concurrentiel, faisant face à des départs à la retraite, l'aéronautique recrute. Airbus Atlantic – 14 000 collaborateurs dans le monde – et notamment son usine de Mérignac dédiée à la fabrication des ailes d'avions ATR, ont identifié leurs besoins en recrutement au-delà des profils traditionnels.

« Nos besoins actuels de recrutements ne sont pas uniquement liés à cette montée en cadence de la production »

Pouvez-vous nous expliquer ce qui se passe dans l'usine mérignacaise d'Airbus Atlantic ?

Ici nos activités tournent autour du programme ATR, Avions de Transport Régional [un groupement d'intérêt économique fondé en 1982, formé par l'européen Airbus et l'italien Leonardo SPA chacun ayant 50 % des parts du GIE, et spécialisé dans la construction aéronautique d'avions turbopropulseurs pouvant transporter de 48 à 78 personnes. NDLR]. Nous réalisons les voilures des avions en totalité. Nous livrons donc la chaîne d'assemblage des ATR à Toulouse. Notre autre activité porte sur la maintenance, la réparation des ailerons des ailes et la gestion des pièces de rechange.

Combien de personnes cette usine mobilise-t-elle actuellement ?

Nous comptons un peu plus de 300 compagnons actuellement. Mais nous sommes en phase de recrutements.

On dit le secteur aéronautique en phase de tension concernant la production. Les besoins d'avions des compagnies aériennes sont énormes, les carnets de commandes sont bien garnis, cela explique-t-il ce besoin de main-d'œuvre ?

Bien sûr. Même si nous ne communiquons pas notre cadencement actuel de production, vous devez retenir qu'en 2024 nous avons sorti 24 voilures de notre usine. 29 voilures ont été livrées en 2025 et cette année, comme nous sommes toujours en période de « ramp up », de décollage du marché et des besoins de livraisons, nous allons améliorer encore ce chiffre de voilures livrées à l'usine d'assemblage. Mais nos besoins actuels de recrutements ne sont pas uniquement liés à cette montée en cadence de la production.

Qu'entendez-vous par là ?

Nos besoins sont aussi liés à la pyramide des âges de notre usine. Nous enregistrons en effet en ce moment de nombreux départs à la retraite. Le résultat c'est qu'aujourd'hui, l'âge moyen de nos compagnons, hommes et femmes, est de 36 ans.

Comment faites-vous, dans vos métiers techniques, pour intégrer les nouveaux venus ?

Nous avons la chance de bénéficier de l'expérience des anciens. Nous avons aussi un système d'accompagnement qui passe principalement par un partage de compétences entre anciens et nouveaux arrivants. Cette approche est capitale car nous avons un peu de mal à recruter des collaborateurs expérimentés. Nous sommes dans un bassin d'emplois qui compte beaucoup d'acteurs de l'aéronautique et du spatial. La concurrence est donc forte et les autres aussi savent intégrer, former et fidéliser...

Est-ce à dire que vous avez du mal à recruter ?

Pas vraiment en fait. Cette année d'ailleurs nous recruterons sans doute une cinquantaine de compagnons. D'abord il faut le dire, les métiers de la filière aéronautique continuent de beaucoup attirer les jeunes diplômés, les ingénieurs... Mais ils ne séduisent pas qu'eux. Dans l'aéronautique, secteur attractif, les profils de candidats en reconversion sont de plus en plus nombreux. À titre d'exemple, je citerai un compagnon actuel qui était, il y a peu encore, tailleur de pierre... L'enjeu, ce n'est pas tant le recrutement que la fidélisation et la formation.

« Pour fidéliser, il faut proposer des postes intéressants, de bonnes conditions de travail, de potentielles évolutions de carrière »

Comment répondez-vous à ces problématiques de la fidélisation ?

Dans notre secteur où tous les acteurs appliquent la même grille de rémunération, les salaires que nous proposons ne sont pas des éléments différenciants. Pour la fidélisation, il est important de proposer des postes intéressants, de bonnes conditions de travail, de potentielles évolutions de carrière, voire des possibilités de mobilité. C'est le b.a.-ba, mais toutes les sociétés du secteur ne peuvent pas proposer tout cela. Notre chance, c'est que nous sommes dans un groupe qui offre ce type d'opportunités.

Pour ce qui est de la formation, quelle est votre stratégie ?

Nous travaillons beaucoup avec l'Association de formation professionnelle de l'industrie de Bruges mais aussi l'Aérocampus de Latresne, importants fournisseurs de diplômés. Nous avons notre propre espace de formation à Mérignac. Un centre de formation qui va faire l'objet d'un agrandissement majeur, ce qui s'avère déjà crucial pour l'avenir de notre site et de ses besoins à venir. Ici, chaque nouvel employé passe par trois mois de formation « maison » et bénéficie d'un accompagnement par un ancien.

Vous évoquiez l'attractivité du secteur, notamment pour les profils en reconversion professionnelle, mais auprès des jeunes, l'industrie souffre encore trop souvent d'une mauvaise image. Comment corrigez-vous le tir ?

Nous avons à cœur de nous rapprocher des plus jeunes, d'organiser des visites d'usine, de montrer, notamment à travers des interventions auprès des entreprises de travail temporaire, que l'image de l'industrie à la Zola, façon Germinal, n'a rien à voir avec ce qui se passe chez nous.

=> Cet article est issu du supplément thématique « Aéronautique et spatial : recrutements immédiats », à retrouver le 24 juin dans l'édition de Gironde, ou sur sudouest.fr ou sur le [kiosque](#).

[Cet article est paru dans Sud Ouest \(site web\)](#)