

Accueil > Après-vente

Freinage : ATE (Aumovio) lance une assistance atelier en réalité augmentée pour accélérer le diagnostic

FABIO CROCCO

Publié le 27/02/2026 à 10h20

Sujets relatifs :
Aumovio, Continental, Freinage



Avec le lancement d’une solution de Remote Support en réalité augmentée, ATE franchit une nouvelle étape dans l’accompagnement technique des ateliers. En parallèle, la marque du groupe Aumovio déploie une campagne d’image visant à réaffirmer son positionnement premium sur le freinage.

La marque de produits de freinage, ATE, poursuit la digitalisation de son offre de services. Elle vient de lancer **Remote Support**, une solution d’assistance technique à distance en réalité augmentée destinée aux ateliers indépendants. L’objectif est de réduire les temps de diagnostic et fluidifier les échanges entre réparateurs et experts techniques, directement au pied du véhicule.

Concrètement, le dispositif repose sur une session vidéo en temps réel accessible via un simple smartphone ou une tablette. L’originalité tient à l’intégration de la réalité augmentée, qui permet aux experts hotline de pointer, annoter et matérialiser des zones du véhicule directement dans l’image partagée. Les repères virtuels restent positionnés même lorsque la caméra se déplace, facilitant la compréhension lors d’opérations sur des organes comme les disques ou plaquettes de frein.

Une réponse aux limites de la hotline classique

Avec ce service, la marque "freinage" de l’équipementier Aumovio cherche à dépasser les contraintes des supports traditionnels. « *Nous rencontrons régulièrement des cas où le téléphone ou le chat atteignent leurs limites* », souligne **Enno Straten**, managing director d’Aumovio Aftermarket. Le responsable présente Remote Support comme une option supplémentaire venant compléter la hotline et les visites terrain, et non comme un remplacement.

L’enjeu opérationnel est réel. Le fournisseur indique traiter environ 1 000 demandes clients par mois, dont certaines nécessitent une compréhension visuelle fine de la situation en atelier. Dans ces cas complexes, la visio enrichie permet aux équipes techniques de « *voir la même chose que le client* » et d’apporter un diagnostic plus ciblé.

Au-delà du diagnostic pur, l’outil vise plusieurs cas d’usage comme l’aide à l’identification de pièces, l’assistance au montage, la gestion des réclamations ou les réponses à des questions techniques pointues. Les séquences peuvent être exportées sous forme d’images et les participants échangent documents et informations via un chat intégré, doté d’une traduction en plus de vingt langues.

ATE insiste sur la simplicité de déploiement. Une invitation envoyée par la hotline permet à l’atelier de rejoindre la session après téléchargement de l’application. Plusieurs collaborateurs peuvent participer simultanément, à condition de disposer d’un terminal sous Android 8.0 minimum ou iOS/iPadOS 14.0.

Une offensive d’image sur le freinage

Ce virage service s’accompagne d’un travail sur la perception de la marque. Aumovio, spin-off de la division Automotive de Continental créée en 2025, déploie en effet une nouvelle campagne marketing centrée sur les technologies de freinage ATE. Baptisée autour du concept *Masterpiece. When skill meets quality* (*Chef-d’œuvre. Quand le savoir-faire rencontre la qualité*), elle met en scène les professionnels de l’atelier — mécaniciens, chefs d’atelier ou distributeurs — afin de renforcer l’identification terrain.



La communication s’appuie sur une esthétique cinématographique dominée par un éclairage rouge rappelant le feu stop, symbole du métier de freinier. Le message vise à souligner la combinaison entre qualité produit et savoir-faire des réparateurs, tout en réaffirmant les fondamentaux historiques de la marque : qualité, service, largeur de gamme et innovation.

Pris isolément, le lancement de Remote Support pourrait apparaître comme une évolution fonctionnelle parmi d’autres. Mis en perspective avec la campagne d’image, il révèle toutefois une orientation plus large : ATE cherche à resserrer le lien opérationnel et émotionnel avec les ateliers.

D’un côté, la marque investit dans des outils capables de faire gagner du temps en atelier, enjeu critique dans un contexte de tension sur la main-d’œuvre qualifiée. De l’autre, elle travaille son capital de confiance sur un segment où la crédibilité technique reste déterminante.

Dans un aftermarket de plus en plus digitalisé et concurrentiel, la capacité à combiner expertise produit, services à distance et proximité terrain pourrait devenir un facteur de différenciation. Pour ATE, le Remote Support constitue clairement une brique supplémentaire dans cette stratégie.



L'ÉVÉNEMENT À LA UNE

#CONNECT aftermarket

📍 Hôtel du Golf Barrière - Deauville

📅 Jeudi 22 et Vendredi 23 avril 2027 ⌚ 10h

S'INSCRIRE

Recevez vos newsletters gratuitement

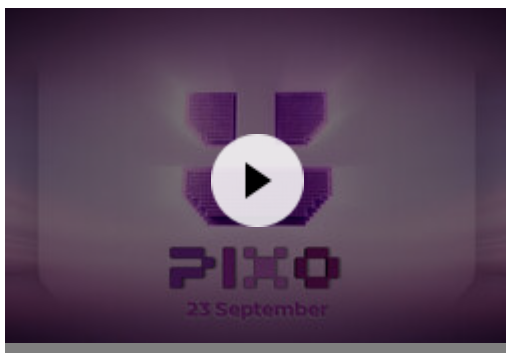
S'INSCRIRE

LES DERNIÈRES VIDÉOS



Le Groupe Autosphere vulgarise le reconditionnement automobile auprès du public français

22/09/2026



Voitures électriques - La Nissan Pixo sera la troisième minicitadine abordable produite en Europe aux côtés des Dacia Spring et Renault Twingo E-Tech

09/09/2026

TOUTES LES VIDÉOS

LES PLUS LUS

- 1 DS Automobiles réintègre Citroën : chronique d'un échec historique... en Europe et en Chine
- 2 Les Chinois expulsent progressivement Volkswagen, BMW, Mercedes de... Chine
- 3 Stellantis place DS Automobiles, sa marque premium française, sous la tutelle de Citroën
- 4 Antonio Filosa (Stellantis) : « Avec ou sans les Chinois, nous devons résoudre notre problème de capacité en Europe »
- 5 Mis sous pression, Verkor change de patron alors que le compte à rebours est déclenché pour l'usine de batteries de Dunkerque

PLUS D'ARTICLES