



*the*

# CRYOSTAR MAGAZINE

numéro #36 - automne 2020

LES ACHATS, UN ÉLÉMENT STRATÉGIQUE

GESTION DE CRISE

LA RAISON D'ÊTRE

## ***Faire d'une crise, une opportunité***

Ce numéro du Magazine aborde notamment deux sujets qui sont, en quelque sorte, complémentaires. Le premier sur la « Raison d'être » de l'entreprise, l'autre qui relate la crise due au Covid-19, du moins les débuts de cette pandémie, telle qu'elle a été vécue et gérée par Cryostar.

La « Raison d'être » (voir article page 7) met l'accent sur la nécessité de verbaliser, de formaliser et de nous fédérer autour de l'âme profonde de notre entreprise telle que nous en percevons l'existence et surtout l'utilité. Pour traverser cette crise exceptionnelle par sa gravité et son amplitude, Cryostar a pu s'appuyer sur un personnel qui s'est montré solidaire et combatif par rapport aux défis de la continuité de l'activité et de la pérennité de la satisfaction des clients, tout en s'adaptant agilement aux aspects sanitaires et organisationnels.

Durant cette période, il a fallu revoir fondamentalement notre manière de travailler ensemble en priorisant la protection de nos équipes, ainsi que de la collectivité au sens large, de la propagation du virus. Un des points clés en

sera la mise en place du télétravail de façon très étendue et dans tous les domaines qui permettraient cette mise en place, quitte à défier très directement certaines idées reçues et à nous remettre profondément en question, processus qui constitue finalement le fondement même de tout progrès. Après quelques adaptations et grâce à l'engagement de tous, ce télétravail s'est révélé être un succès.

Et sans pour autant en faire un mode opératoire unique, la solution ultime réside à mon sens dans l'équilibre subtil entre cette nouvelle forme d'organisation et une présence physique garante de la préservation et du développement de notre culture d'entreprise et de ce qui nous unit, tout simplement parce que nous sommes avant tout des femmes et des hommes.

Pour Cryostar, il s'agit maintenant de consolider ces acquis organisationnels et de les intégrer de manière durable et raisonnée, pour en faire un modèle d'avenir. En fait, il nous incombe de transformer cette crise en opportunité (voir à ce sujet l'article page 2) pour mieux affronter les défis qui ne manqueront pas de nous attendre.

**Samuel Zouaghi**

PRÉSIDENT

Gestion de crise	3
La raison d'être	7
Une journée avec Christophe Onkel, au cœur de la stratégie « Achats »	8
Actualités	11

# GESTION DE CRISE

Pour Cryostar, le point de départ de la lutte contre la propagation du Covid-19 a débuté le dimanche 15 mars, au lendemain de l'allocution du Premier Ministre qui avait jeté les bases de la « distanciation sociale » et du confinement pour les semaines à venir. Il fallait faire vite car le confinement effectif débutait le mardi 17 mars à midi.

**D**urant la journée de ce dimanche, des mesures détaillées et précises pour l'activité à venir et les règles de fonctionnement de l'entreprise sont discutées et définies avec le Comité de Direction, puis diffusées à l'ensemble du personnel le soir à 20h00. Les principes essentiels de ce mode de fonctionnement :

Il est demandé à la quasi-totalité du personnel de bureau de passer en télétravail. Seule une faible minorité d'employés doit être présente sur le site. Quelques personnes sont déjà habituées à télétravailler, mais là, il s'agit, en une journée, de faire en sorte que 90 % du personnel concerné soit équipé et se familiarise au télétravail. Le lundi 16 mars, c'est un ballet permanent de voitures pour permettre au personnel de récupérer le matériel informatique et d'équiper, si ce n'était pas déjà le cas, leur ordinateur (portable ou fixe) du VPN nécessaire à la connexion à distance. Un déménagement qui permettra à plus de 400 employés d'être, dès le lendemain mardi, opérationnels depuis leur domicile. Une belle performance, surtout quand on pense au matériel informatique nécessaire

par exemple aux Bureaux d'Études.

Concernant la production, et afin de permettre au personnel de production de travailler dans des conditions de sécurité optimales, dès le mardi 17, deux équipes de production sont mises en place, sans contact entre elles, avec un nombre de présents réduit, sur la base du volontariat. Les horaires des équipes sont de 6h00 à 13h00, puis de 13h30 à 20h30. Ce mode de fonctionnement n'est pas idéal en matière de productivité, mais il garantit une production certes ralentie, mais continue. Dès les premiers jours du confinement, 40 % à 50 % du personnel de production décide de rester sur site, en respectant, bien entendu, les règles de distanciation physique ainsi que l'ensemble des consignes d'hygiène que nos équipes HSE avaient déjà commencé à déployer dans les semaines précédentes.

Autre conséquence du confinement, les visites (clients, fournisseurs, etc...) prévues sont annulées, les réunions programmées se tiennent en mode distant, soit par téléphone, soit par visioconférence, le restaurant d'entreprise est fermé.



Les deux premières semaines de confinement correspondent au pic de l'épidémie dans la région mulhousienne, la plus touchée par la propagation du virus. Un climat anxiogène s'est installé dans toute la région et n'épargne pas le personnel de Cryostar. Il faut donc tenir compte de cet aspect et rassurer autant que possible, faire en sorte que le personnel se sente en confiance et en sécurité, en assurant une présence rassurante. Le personnel HSE assure une présence essentielle quotidienne sur le site

depuis le premier jour, menant des actions cruciales pour la poursuite de nos opérations. Les membres de la direction sont également auprès des équipes, par roulement, avec un maître mot, la communication. Il faut aussi garder des liens avec les télétravailleurs qui pourraient se sentir isolés et perdre le fil de l'activité de l'entreprise. Tous les dix à quinze jours, une communication directe entre la direction et l'ensemble des salariés de Cryostar France est établie, ainsi qu'avec les middle-managers, afin

que ces derniers puissent entretenir le lien crucial avec les équipes. Évidemment, les business centres sont également concernés via un point hebdomadaire entre Samuel Zouaghi et les managers.

Les mesures et l'organisation des quinze premiers jours vont évoluer au fil du temps en fonction des acquis d'expérience, du traitement collectif des difficultés naissantes et du climat de confiance établi avec le personnel.



En production / test, toujours sur la base du volontariat, l'engagement fort de nos équipes se fait rapidement sentir puisque dès la quatrième semaine de confinement, on atteint une présence de 60 %, puis de 80 % à la fin du confinement, le lundi 11 mai. Bien entendu, les mesures de protection continuent à être en vigueur, même après la fin du confinement, avec des gels hydro alcooliques à disposition, une distance de trois mètres entre chaque personne et l'usage des

masques dont Cryostar n'a jamais manqué, grâce, entre autres, à l'envoi de masques depuis Cryostar Chine et une livraison de plus de 20000 masques du Groupe Linde. La continuité de la production a fait émerger une crainte, celle de voir certains fournisseurs dans l'incapacité de livrer. Nos équipes achats/approvisionnements se sont par conséquent rapidement mobilisées pour activer ou ré-activer les chaînes de fourniture, en restant en contact étroit avec nos partenaires.

De même, l'interdiction des visites a été levée partiellement, au cas par cas, pour des interventions, telles que la calibration, les maintenances réglementaires ou les inspections liées aux projets.

Le résultat fut éloquent puisqu'au final, de par la continuation de la production, un chiffre d'affaires d'environ 75 millions € fut généré pendant la période de confinement.

La plupart des salariés était en télétravail et, donc, en relation avec l'entreprise et les différents interlocuteurs via « Rainbow », outil de travail collaboratif déployé il y a environ un an et qui a pris tout son sens, qui permet les visio et télé conférences, en interne comme en externe. Mais pour cela, il a fallu l'installation d'un deuxième réseau VPN devenu nécessaire en raison des nombreuses connexions, ainsi qu'une augmentation de capacité de 80 % de la bande passante nécessitée par la taille des fichiers transmis.

Les services commerciaux des différentes BU ont aussi été obligés de s'adapter. Toutes les réunions ont été réalisées en ligne, en interne mais aussi avec des clients ou d'autres tiers. Les négociations commerciales, les réunions de lancement de projets, les examens de conception ou les inspections à distance des matériaux ont été quelques-unes des activités des équipes qui ont été effectuées sans interruption. Des tests d'acceptation en usine ont été réalisés grâce à l'implication de certains, sur la base du volontariat.

L'activité d'interventions sur site, notamment les mises en service de nos machines, fut très largement ralentie pendant plusieurs semaines, surtout en raison de l'impossibilité de voyager et de la fermeture des frontières, même en Europe. Notre business centre de Chine a pu redémarrer l'activité fin avril, mais à l'intérieur du pays uniquement dans un premier

temps. Puis, cela a été le cas pour Cryostar Capdenac qui a également pu, suivant les destinations, assurer certaines interventions courant mai.

Pour les services supports qui étaient tous en télétravail, il a tout de même fallu mettre en place un roulement afin que le personnel puisse facturer ce chiffre d'affaires évoqué précédemment, ou encore récupérer le courrier et les documents nécessaires pour, par exemple, l'enregistrement comptable des factures des fournisseurs. De même, la présence d'une partie de l'équipe RH était indispensable pour assurer la finalisation des paies. Le service informatique fut particulièrement sollicité pour palier à l'urgence de la situation, adapter les outils au fur et à mesure, faire face à un regain des tentatives d'hacking. D'ailleurs, un point faible qui résulte du télétravail est celui de la sécurité informatique, car on passe de quelques portes de possibles d'entrées illicites à plusieurs centaines ! Une menace sur laquelle nos équipes se penchent dès à présent.

Ce modèle d'organisation avec une place beaucoup plus importante du télétravail a très bien fonctionné avec un personnel qui a fait bloc. La culture d'entreprise très forte et bien ancrée aura été un vecteur principal du changement qui a permis la responsabilisation du personnel et une plus grande autonomie de chacun.

## QUELS SONT LES ENSEIGNEMENTS POUR LA SUITE ?

**L**a crise sanitaire et son double, la crise économique, vont propulser le monde des entreprises et celui des salariés dans une ère inédite, celle du télétravail qui est entré dans les mœurs. Pour Cryostar, il faut d'abord prendre en compte le retour d'expéri-

ence de ces semaines de télétravail obligatoire, identifier les difficultés (isolement, absence de séparation entre sphère privée et sphère professionnelle, communication, etc.) et adapter son organisation du travail en conséquence, en capitalisant sur ce

Pendant cette période de crise profonde, notre personnel a fait preuve d'un engagement responsable et professionnel qui aura permis à Cryostar de passer ce cap difficile sans trop de dommages, en conservant une activité continue. Cryostar et son personnel ont fait preuve d'exemplarité au sein du groupe Linde, mais également aux yeux du monde économique et politique local. Nos remerciements vont à tout le personnel qui a démontré son attachement à l'entreprise, en ne ménageant pas ses efforts et son soutien.





qui a fonctionné. Il s'agit aussi de poser certaines questions et y répondre : comment renforcer les process ? Sécuriser la chaîne logistique ? Organiser le travail des salariés à domicile tout en évitant tout hacking de données ?

Le télétravail implique un changement dans l'entreprise : les relations seront différentes avec un management par objectif tout en donnant de la confiance, du

sens, de l'autonomie et de l'indépendance. Mais, l'aspect humain lié au télétravail ne devra pas être négligé.

Le chacun chez soi va-t-il mettre fin au sentiment d'appartenance à l'entreprise, mettre à mal la cohésion d'équipe et le partage des idées, briser le lien social ? Avec le télétravail, le télétravailleur y gagne en qualité de vie, mais, être présent dans les bureaux, c'est exister

dans une communauté, faire partie d'une équipe, vivre la vie de l'entreprise, rencontrer ses collègues.

Un nouveau challenge pour Cryostar, car il va falloir trouver le juste milieu, ne pas briser le lien social et conserver un fort sentiment d'appartenance malgré la distance. Et surtout, décider comment chacun télé-travaillera à l'avenir et suivant quel rythme.

## INTERVENTION CHEZ UN CLIENT

Courant mai 2020, Cryostar doit intervenir d'urgence suite au bris d'une cartouche de turbine dû à la présence d'un corps étranger dans la machine, côté compresseur.

Le site du client, situé en Europe de l'Est, fournit 80 % d'oxygène médical aux hôpitaux du pays. Avec cette turbine et en plein pic de la pandémie, la chaîne d'approvisionnement ne devait pas être interrompue. Malgré les restrictions de voyage en Europe et l'absence de

vols commerciaux, Cryostar apporte en quelques jours, un soutien approprié au client. Un ingénieur service réussit à se rendre sur place avec l'aval des autorités du pays qui, dans ce cas précis, n'appliquent pas les mesures de quarantaine, en raison de l'importance stratégique de l'intervention. En quelques jours, l'unité défectueuse est remplacée et la production relancée, permettant l'approvisionnement en oxygène des hôpitaux et centres de soin.

Les personnes impliquées de Cryostar et du client ont fait preuve d'un profond sens du devoir en aidant ce pays à combattre le COVID-19.





# La raison d'être

**Depuis quelques années, la finalité d'une entreprise ou sa mission sont entrées dans le quotidien des affaires, en ce sens que l'entreprise est jugée responsable vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et l'environnement.**

Cette responsabilisation a donné lieu à la mise en place de réglementations qui vont poser les bases de la « Responsabilité Sociétale des Entreprises » (RSE).

En France, le législateur a donné aux entreprises, la possibilité de se doter d'une raison d'être dans leurs statuts afin de consacrer les engagements pris au titre de la RSE, donc afficher un autre but que le seul jusqu'ici exigé de toute société commerciale et qui était de dégager des bénéfices.

Cette raison d'être désigne la façon dont l'entreprise entend jouer un rôle dans la société au-delà de sa seule activité économique avec des sujets autour du réchauffement climatique, de l'inclusion, du bien-être au travail, de l'impact sur les territoires, un projet à long terme dans lequel s'inscrit l'objet social de l'entreprise.

Depuis de nombreuses années, Cryostar a développé des valeurs et une culture d'entreprise autour d'un personnel épanoui et d'une très grande diversité. Le cadre légal avec l'intégration de la raison d'être à l'objet social a permis de travailler le sujet et de formuler une raison d'être « Cryostar ».

Finalement réfléchir à la raison d'être, c'est réfléchir à la finalité de l'entreprise. Il s'agit de répondre aux questions suivantes en tenant compte des dimensions du développement durable :

- Pourquoi existe l'entreprise ?
- Qu'apporte-t-elle ?
- En quoi le monde serait différent sans notre entreprise ?

En quelque sorte, créer du sens en développant des démarches de responsabilité sociétale. L'ensemble du Comité de Direction, dans lequel toutes les fonctions étaient représentées, s'est attelé à la tâche nécessaire de définir la mission et la finalité en tenant compte des spécificités qui sont propres à l'entreprise. Dans le texte final, on devait retrouver l'aspect humain autour du personnel, les valeurs et la culture d'entreprise qui sont une force indéniable, si ce n'est l'essence de son socle existentiel ! Également important dans la formulation, le fait que Cryostar soit une entreprise industrielle novatrice qui développe et fabrique des machines aux rendements élevés, donc, en quelque sorte, qui contribuent fortement au respect de l'environnement.

Les réflexions ont rapidement abouti à un consensus sur la formulation retenue et qui reprend ces grands principes :

**AGIR ENSEMBLE POUR UN ÉPANOUISSEMENT HUMAIN RESPONSABLE, EN CRÉANT DES ÉQUIPEMENTS INDUSTRIELS QUI AMÉLIORENT L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE**

”

La raison d'être doit « parler » à tout le monde, au personnel, mais aussi aux partenaires, clients, fournisseurs, etc...

En définissant sa raison d'être, l'entreprise étend son objet social. Elle permet de donner du corps à l'objet social et de prendre le contre-pied de la logique de financiarisation. La raison d'être est la boussole ou encore le phare qui guide l'entreprise. Elle est le sel de Cryostar, parfaitement alignée avec la stratégie et la vision d'entreprise mais aussi avec l'ambition et l'esprit qui nous anime. Elle nous définit et nous caractérise. Cette raison d'être permet également de parfaire la définition de notre ADN. Une raison d'être au travers de laquelle nous nous retrouvons et partageons la même vision.





# Une journée avec Christophe Onkel, au cœur de la stratégie « Achats »

Découvrez la journée-type de l'un de nos acheteurs : Christophe Onkel, membre de Cryostar depuis 30 ans. L'organisation de Cryostar, avec la concentration en interne sur les compétences-clés, a amené la constitution d'un réseau de fournisseurs et de sous-traitants dense, dans des domaines techniques variés et complexes. Au fil des années et de la croissance, l'activité Achats a pris une importance stratégique par ses aspects technologiques, de qualité et de coût.

## La place des Achats et la politique Achats

Rattachés à la Direction Générale, les Achats sont différenciés par typologies, achats directs ou de production et achats indirects (hors production). Les achats directs se composent de quatre pôles, deux pôles composants, un pôle sous-traitance, un pôle SAV/Automation/ Business Centre. A cela s'ajoutent le pôle achats indirects et une équipe de « Commodity Managers ».

Les trois piliers des achats reposent sur les coûts, la qualité et le suivi des délais. Les relations avec les fournisseurs, du moins les plus importants, se fondent sur une politique de partenariat ou de co-développement, de globalisation, de rationalisation. Cela suppose d'intégrer les fournisseurs dès la conception des produits ou des services en leur permettant d'être des forces de proposi-

tion et d'innovation avec comme objectifs, une meilleure maîtrise des coûts et une meilleure anticipation des risques. La rationalisation du panel de fournisseurs implique une sélection des meilleurs, une globalisation, donc une augmentation des volumes avec des effets positifs sur les coûts produits, mais aussi sur les coûts administratifs avec la gestion d'un nombre réduit de fournisseurs. Cette politique implique également la mise en place de contrats et de listes de prix sur des périodes allant du court au long terme.

Dans cette sélection d'une base de fournisseurs et sous-traitants fidèles et fiables, un autre aspect est pris en compte depuis quelques années, celui de la responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise. Cryostar veille à s'entourer de fournisseurs qui s'engagent en matière de pratiques sociales, de respect de l'environnement et se mettent en conformité avec la législation et les conventions de l'Organisation Internationale du Travail.

## Une journée type

Dans une journée, des tâches opérationnelles se cumulent avec des actions de fonds. Pour l'opérationnel, ce sont essentiellement les activités « achats » autour de la gestion des commandes en cours avec en premier, l'analyse du fichier, quotidiennement mis à jour, des articles à commander. Puis, le lancement des appels d'offres en fonction du cahier des charges, en puisant, autant que possible, dans





le panel des fournisseurs référencés. Sinon, un nouveau « sourcing » sera nécessaire avec l'appui des responsables du segment de marché concerné. Cet appel d'offres se fait, soit par e-mail, soit par la plate-forme E-Procurement.

Puis, l'étape suivante avec l'analyse des offres qui débute par la présélection des fournisseurs qui répondent au cahier de charge (prix, qualité, délai), suivie de la négociation pour aboutir au choix du fournisseur. Les éléments concernant la commande sont mis à jour en informatique afin de permettre aux approvisionneurs de prendre le relais pour le traitement et le suivi de la commande.

Aux actions opérationnelles s'ajoutent des actions de fond au travers d'appels d'offres sur un marché précis, avec l'objectif de rassembler toutes les références d'une même famille d'articles (moteurs, armoires électriques, vannes, etc...), d'en évaluer le volume d'achats et d'identifier le taux de rotation des articles. Cet exercice a l'avantage de rassembler un maximum de références, de travailler sur un volume d'achat important, donc de permettre un levier de négociation beaucoup plus intéressant avec la globalisation des besoins et la mise en place de contrats qui entraînent des résultats positifs en termes de coûts et de délai.

Chaque acheteur participe à des réunions mensuelles orientées par typologies de segment (usinage, fonderie, moteurs, armoires électriques, vannes, etc...). Lors de ces réunions le responsable de segment présente les actions

en cours sur les différents segments d'achats (sourcing, développement de nouveaux fournisseurs, état d'avancement des pièces prototypes, etc..) ainsi qu'une revue des KPI'S (tableau de bord avec les indicateurs qualité, prix et délai). Ces réunions permettent aux acteurs d'un marché (acheteurs, approvisionneurs et qualité) d'échanger avec le responsable de segment sur les difficultés rencontrées sur ces segments dans l'opérationnel et de mettre en place un plan d'actions en fonction de la problématique soulevée.

## Les problèmes à résoudre

Pour se prémunir contre les imprévus, notamment les retards ou les non-conformités qui peuvent impacter les délais vers les clients, Cryostar applique des outils avec la mise en place d'actions correctives auprès des fournisseurs, des audits qualité ou le développement du panel fournisseurs afin de mieux absorber l'augmentation de l'activité.

Cryostar est présent sur des marchés mondiaux et s'adresse à une clientèle très internationale. La complexité technique croissante des projets avec ses requis documentaires de plus en plus pointus, l'obligation de répondre à des normes propres aux pays destinataires sont des défis permanents auxquels Cryostar répond par l'intensification du « sourcing » international et la recherche de la « perle rare » qui pourra répondre à la complexité du cahier des charges, tout en respectant la problématique du délai.





## L'acheteur, un homme de contact

L'acheteur est un homme de contact qui doit savoir communiquer dans un monde industriel qui avance à grande vitesse, en utilisant de nombreux réseaux de communication. Les contacts avec les fournisseurs se font le plus souvent à l'occasion des appels d'offres avec l'utilisation de la plateforme E-Procurement. Dans la phase de négociation ou pour aborder un point technique ou qualité, nous faisons appel à la visio-conférence avec l'outil Rainbow, très utile ces derniers mois, en période de confinement.

L'acheteur est également amené à se déplacer pour rencontrer ses fournisseurs dans le cadre de visites commerciales. Le déplacement chez les fournisseurs est un réel atout car il permet d'avoir un contact visuel avec ses interlocuteurs, de se faire une idée de l'entreprise et des outils de production en place, de mieux comprendre les problématiques du fournisseur et de pouvoir l'accompagner dans la résolution des problèmes.

Cryostar organise depuis quelques années un rendez-vous annuel incontournable « La Rencontre Fournisseur » qui a lieu à Héringue à la salle de la Comète qui regroupe tout le Global Purchasing et quelques 200 fournisseurs pour un échange sur les perspectives de l'année à venir, la stratégie Achats à venir et les enjeux associés, notamment en matière de qualité et d'environnement. Un moment privilégié d'échange durant une matinée, prolongé jusqu'en fin d'après-midi par des réunions spécifiques.

## Les Achats, une fonction transversale

La fonction Achats a pour vocation d'être une fonction transversale avec de nombreux contacts en interne. En premier lieu, avec le **Bureau d'Études et CDM** (Conception et Développement nouvelles Machines) pour l'appel d'offres, les aspects techniques et la définition du cahier des charges. Mais aussi, en aval, pour la résolution d'un problème technique chez un fournisseur. Les échanges auprès **des PM (Project Manager)** seront axés sur la partie budgétaire du projet et le besoin d'information sur l'état d'avancement d'un appel d'offre ou d'une commande sur un projet spécifique.

Avec les **commerciaux**, les échanges seront axés sur l'entrée potentielle d'une nouvelle commande et la capacité de nos fournisseurs à répondre à cette nouvelle demande, ainsi qu'une aide à l'estimation budgétaire pour certains composants.

Pour la **production et le test**, les échanges sont le plus souvent relayés par le département logistique / ordonnancement pour des sujets qui touchent principalement aux délais et à la date de réception des pièces. Dans cette phase l'acheteur est, en fait, relayé par les approvisionneurs qui suivent l'état d'avancement des livraisons auprès de nos fournisseurs et réalisent un reporting en cas de décalage de la date de livraison.

Avec le **service qualité**, il y a deux types d'échange. Pour la qualité produit, il s'agit de répercuter aux fournisseurs les requis documentaires et de qualité du cahier des charges, en lien avec la partie technique qui est réalisée par le BE ou le CDM. Pour la qualité fournisseurs, les échanges seront axés sur la performance des fournisseurs en termes de conformité de livraisons avec un indicateur mensuel des performances. En cas de dérive trop importante ou récurrente, une action sera menée en binôme (qualité fournisseurs et achats) afin de revenir au plus vite à une situation acceptable pour les deux parties. La qualité fournisseurs est également en relation avec les acheteurs pour des audits de validation et de renouvellement de qualification auprès du panel fournisseurs existant ou pour valider de nouveaux fournisseurs.

## Acheteur chez Cryostar, une chance

Christophe apprécie la chance de travailler dans une entreprise qui fabrique des produits de haute technologie, reconnue dans le monde entier. Dans un contexte de perpétuelle évolution technologique, l'acheteur doit avoir une capacité d'adaptation et ne pas hésiter, par moments, à sortir de sa zone de confort pour évoluer avec son entreprise. Son mot de la fin :

**« Cryostar m'a donné l'opportunité d'évoluer dans un milieu où l'aspect humain et le travail d'équipe ont un sens et aboutissent à la réussite professionnelle et un épanouissement personnel ».**

# ACTUS

## NOUVELLE POMPE SRP 35/38 La qualité Cryostar à budget optimisé.

Cryostar a le plaisir d'annoncer le lancement officiel de sa nouvelle pompe à piston SRP 35/38. Après 2 ans de développement et l'attribution d'un brevet, cette pompe vient enrichir la famille des pompes à piston dont les qualités ne sont plus à prouver. La SRP reprend le meilleur de la MRP en proposant une machine pour le remplissage de bouteilles 300 bar à tarif optimisé. La conception de cette machine a été pensée en prenant en compte les contraintes budgétaires de nos clients tout en conservant un haut niveau de construction. Son design unique et robuste permet une maintenance rapide et simple et répondra parfaitement aux contraintes opérationnelles de nos clients, aussi bien en applications industrielles qu'en applications médicales. Par ailleurs notre réseau de partenaires est déjà formé à l'opération et à la maintenance de cette machine. Tous les éléments ont été mis en place par Cryostar pour vous accompagner avec succès dans les défis d'aujourd'hui et de demain.



### MEDIUMS :

O<sub>2</sub>, LN<sub>2</sub>, LAr, LCO<sub>2</sub>, LN<sub>2</sub>O,  
LNG

### PERFORMANCE :

2.6 à 13.2 l/min @ 380 bar  
(~245 à 640 Nm<sup>3</sup>/h de O<sub>2</sub>)  
➔ 300 bar cylindres

2.6 à 15 l/min @ 280 bar  
(~245 à 700 Nm<sup>3</sup>/h de O<sub>2</sub>)  
➔ 150 & 200 bar cylindres

## LE CMC4-C : une nouvelle génération de compresseur

Le CM4-C est la nouvelle génération de compresseur pour les méthaniers, permettant l'alimentation des moteurs en gaz.

En raison des nombreuses nouveautés de ce compresseur, le bureau d'études a réalisé des tests en simulation dynamique avec l'IAS maker Yokogawa, afin de consolider la programmation et assurer la faisabilité des nouvelles logiques avant le démarrage.

La situation due au Covid-19 a complexifié la tenue de ces simulations, mais le challenge a été relevé : cela s'est entièrement réalisé à distance avec la Corée, une méthode inédite !

Le Gas Trial s'est ensuite déroulé avec succès, grâce en partie à la consolidation de la programmation.

## DÉPARTS EN RETRAITE DE SALARIÉS CRYOSTAR

Récemment, les personnes suivantes sont arrivées en fin de carrière.  
Nous leur souhaitons une longue et paisible retraite.

NOM	DATE DE DÉPART	FONCTION	ANCIENNETÉ	
DALLER	RENE	30/06/2020	Ingénieur Turbomachines	19 ans 5 mois
HELL	LILIANE	30/09/2020	Coordinateur Export Sénior	43 ans 7 mois
WILHELM	MICHEL	30/09/2020	Mécanicien Monteur	15 ans 2 mois





*more than*  
**CRYOGENICS**

---

**BRÉSIL**

---

**CHINE**

---

**ÉTATS-UNIS**

---

**FRANCE**

---

**INDE**

---

**ROYAUME-UNI**

---

**RUSSIE**

---

**SINGAPOUR**

Pour connaître les interlocuteurs et  
adresses de CRYOSTAR partout dans le  
monde : [www.cryostar.com/locations](http://www.cryostar.com/locations)

[www.CRYOSTAR.com](http://www.CRYOSTAR.com)



© CRYOSTAR - all rights reserved  
Contact: [magazine@CRYOSTAR.com](mailto:magazine@CRYOSTAR.com)