

## Economie | Aqui au Salon du Bourget : Zoom sur CPK Consult



La société CPK Consult, c'est Christophe Chambras et Philippe Kociemba, installés à l'Aéroparc Bordeaux Technowest, membre d'Aérospace Valley et du cluster Aérocampus. Leur métier, « améliorer la capacité ». Un langage que les industriels comprendront, tout comme ils comprendront à quoi réfère CPK. Pour les autres, Christophe Chambras explique : « CPK, c'est un indicateur de performance de processus de fabrication industrielle ». La société CPK Consult se donne donc comme mission de développer la performance opérationnelle dans les entreprises de leurs clients. En d'autres termes, optimiser les processus industriels, mais aussi garantir une continuité d'exploitation, le tout doublé d'une activité de formation des équipes de l'entreprise où la société intervient. CPK en effet, n'oublie jamais de « mettre l'humain au centre » insiste Christophe Chambras.

L'humain au centre. La société CPK Consult se l'applique à elle-même. Mieux c'est une idée qu'elle porte dans ses gènes et pour cause, CPK est une société coopérative. Pas si courant dans le monde du conseil et peut être encore moins dans celui de l'aéronautique que Christophe Chambrard et Philippe Kociemba ont décidé d'investir dès la création de la société en 2014, fort de leur expérience... dans l'industrie automobile. Christophe Chambrard s'en explique.

« La dimension coopérative, c'est surtout parce que ce modèle de société, selon lequel un homme égale une voix, correspond aux valeurs que nous portons. C'est une manière aussi de démontrer que même en tant que petite structure, on propose un vrai projet à nos futurs salariés : devenir à terme un acteur de cette structure. On essaie ainsi aussi de coller avec les ambitions des jeunes générations qui cherchent de plus en plus quand ils rentrent en entreprise, à donner du sens à leur parcours, à s'impliquer. »

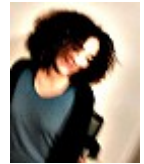
### S'inspirer de méthodes et d'outils issus de l'automobile

Quant au lien entre l'expérience dans l'industrie automobile et la volonté de conquête du secteur aéronautique, c'est tout bonnement une démarche d'innovation rendue possible par l'évolution du secteur aéro. « Aujourd'hui ce secteur, n'est plus tellement dans une phase de développement, mais dans une phase d'industrialisation, de

production, comme l'est depuis longtemps l'automobile ». En conséquence quand il s'agit de développer la « capacité » ( terme issu de la traduction en langage industriel de l'anglais « capability ») des entreprises, qu'elles soient du secteur automobile ou aéronautique, c'est le même type de problématiques qui se posent. Mais l'atout de CPK, c'est que les solutions proposées « toujours en participation avec l'équipe de direction et les équipes de terrain », souligne Christophe Chambras, ont l'originalité de s'inspirer de méthodes et d'outils issus de l'automobile. En synthèse, « pourquoi inventer des modèles, méthodes ou outils, alors que certaines ont déjà été éprouvés, et qu'il suffit de les transférer ? »

Voilà donc le secret des idées innovantes de la société : casser les barrières entre les filières industrielles, pour proposer des solutions auxquels les acteurs "autochtones" de l'aéronautique n'auraient pas pensé. D'ailleurs CPK n'a pas abandonné son secteur premier d'intervention et reste par exemple le seul partenaire de certification Ford Europe pour les pays francophones... Ca ne laisse pas indifférent, y compris pour leurs prospects et clients de l'aéro. Sur cette filière d'ailleurs la carte de visite se remplit : ils ont désormais comme partenaire Airbus Group et s'appêtent grâce à cela à travailler avec Airbus Helicopter, autour de l'implémentation dans le secteur aérien, d'une nouvelle norme de gestion de projets et homologation qui existe en réalité depuis 20 ans dans le secteur... auto ! C'est ce qui s'appelle avoir de l'intuition.

Un des objectifs auxquels s'attellent désormais les deux hommes, en espérant ne pas être trop en avance par rapport au marché et d'aider au développement des fournisseurs des donneurs d'ordre pour assurer une meilleure stabilité à l'ensemble de la filière. Un objectif issu du constat d'une certaine irrégularité de la filière, mais faut-il encore arriver à convaincre, frapper à la bonne porte, et avoir les bons contacts... Le Salon du Bourget est dans cette optique une des opportunités pour apporter visibilité et crédibilité au regard des acteurs du secteur aéronautique. « Pour nous c'est un marqueur. On peut dire qu'on est et qu'on était au Bourget 2017 ». Une manière de patte blanche ou de labellisation pour en quelque sorte entrer définitivement dans le « club » aéro....



Solène Méric

*Crédit Photo : [Aqui.fr](http://Aqui.fr)  
Publié sur [aqui.fr](http://aqui.fr) le 21/06/2017  
[Url de cet article](#)*