

L'IDÉE était « dans l'air » depuis pas mal de temps. Le moment n'est-il pas venu d'éditer un organe d'informations sur les activités de l'entreprise, destiné à une large diffusion ?

Le comité de marketing retient le principe d'un « journal » (1) dont le premier numéro sortira en 1974.

La formule ? Pratiquement une « tribune libre » où s'exprimeront tous ceux qui, dans la société et dans son environnement, interviennent aux plans de la gestion, de l'innovation, de la production, de la commercialisation, de l'utilisation des produits, de la formation, de la participation, du financement...

L'avenir ? Créons d'abord, on verra ensuite, selon l'accueil et... les capacités de production !

Un piège, tout le monde en est conscient : l'autosatisfaction. (On parle même de narcissisme !).

Heureusement, deux correctifs :

- la crédibilité, qui impose avant tout honnêteté et franchise de la part des auteurs membres de la société ;
- les témoignages extérieurs, la tribune étant largement ouverte.

Pas de censure — incompatible avec nos principes, l'idée n'en est même pas évoquée — mais un comité de lecture qui, sans toucher au fond, proposera des corrections de forme avec l'accord des auteurs.

Donc, a priori, pas de sujets tabous.

Encore faut-il, c'est la moindre des choses, qu'il y ait quelque relation, même très élastique, avec les activités et problèmes de l'entreprise (2).

Autant dire que les idées ne manquent pas.

Une difficulté : faire en sorte qu'elles se traduisent par des textes prêts au jour J et à l'heure H.

Ce sera la responsabilité du directeur de la publication.

Mais, c'est de bon augure, le premier numéro est bouclé en 8 jours.

Le soir de la réunion décisive du comité de marketing, Jacques Rutman sort son papier sur ADRET et la RECHERCHE. A croire qu'il était fait à l'avance !

Nous le jugeons « encourageant », voire « rassurant », tout particulièrement pour les lecteurs qui pourraient se poser la question à laquelle il répond d'emblée : « Une activité de recherche, pour quoi faire ? »

Puis, Roger Lavergne, Etienne des Roys, Jean Leroy, Roger Charbonnier et Jean-Claude Reghinot présentent successivement l'expression (3) de leurs matières grises.

Chacun d'eux, sans qu'il y ait eu apparemment l'ombre d'une concertation, annonce ou laisse entendre une « suite au prochain numéro ».

Il y en aura donc, pour le moins, un second (!) et peut-être faudra-t-il, sans préjuger de la périodicité, augmenter le nombre de pages car de nouveaux auteurs se profilent à l'horizon.

A vous, lecteurs, de nous faire savoir, maintenant, si nous sommes dans la bonne voie, mais, si l'une des meilleures manières, pour mieux faire connaître et comprendre une entreprise, était de laisser librement s'exprimer ceux qui y consacrent leur vie professionnelle et contribuent à faire ce qu'elle est, ADRET SYNTHÈSE valait sans doute la peine d'être créé.

Jean ROYER,

Président-Directeur général



(1) La seule dénomination qui ait recueilli, faute de mieux, l'assentiment général.

(2) Les sujets ci-après seraient, à cet égard, parfaitement recevables :
 « Comment j'ai failli vendre mon premier générateur-synthétiseur », (par un ingénieur de ventes ayant quitté la Société).
 « Un générateur-synthétiseur à très hautes performances et mon traitement psychiatrique » (par un ancien ingénieur d'études détaché au service d'entretien).
 « De l'utilisation rationnelle des listings d'ordinateur » (par le même auteur).

(3) Au sens étymologique.