

Comment Gagner "La Partie"

Par Joseph Laporte, de La Maison Laporte, Martin & Cie, Limitée

J'ai toujours aimé les sports. Quand j'étais collégien, le football et le hockey avaient pour moi beaucoup d'attrait, parce que ces jeux nécessitaient un certain ensemble, une coopération de chaque membre d'une équipe pour assurer la victoire. Jamais à mon avis, une seule partie n'a pu être gagnée sans que ce principe de coopération n'ait été mis en pratique. Quand je songe à ces années passées, je ne puis m'empêcher de tirer une leçon de ces sports sur l'importance de la coopération pour atteindre le succès.

Depuis que j'ai débuté dans les affaires, il y a environ cinq ans, je n'ai pu m'empêcher d'établir une parallèle entre les jeux sportifs de ma première jeunesse et les affaires modernes. Peut-être plus tard changerai-je mes idées, mais jusqu'à présent les affaires, pour moi, représentent ni plus ni moins qu'une "partie" qui doit être jouée honnêtement et sérieusement, si l'on veut un jour pouvoir recueillir les fruits de la victoire: le succès. Quel plaisir, quelle satisfaction morale a-t-on de gagner une victoire par des procédés douteux? Qui, d'entre nous, n'estime pas davantage le fait qu'il a accompli quelque chose d'utile pour la société, plutôt qu'une simple récompense personnelle?

Que la coopération soit la seule manière d'atteindre le succès permanent, j'en ai la ferme conviction. Donc, du moment que la coopération assure "l'efficience" et le succès à une équipe sportive, pourquoi ne donnerait-elle pas le même résultat à une maison d'affaires, à un genre d'industrie et même à tout le pays? Le plus tôt nous réaliserons le bien-fondé de ce principe, le plus tôt nous atteindrons à une plus grande efficience et à un plus grand succès commercial.

Jamais la mise en pratique de ce principe n'a été plus opportune et jamais sa nécessité ne s'impose davantage à l'attention qu'aujourd'hui. La guerre a développé nombre de problèmes nouveaux et difficiles, problèmes auxquels il faut faire face sans aucun délai. Les minutes comptent et la moindre hésitation peut causer des pertes irréparables. Nous devons tous faire face aux problèmes des livraisons, des crédits, des encaissements, des augmentations du chiffre d'affaires et de la réduction du coût.

Nous avons nos opinions individuelles sur ces sujets et nous avons peut-être des solutions à proposer. Cependant, nous sommes sous l'impression qu'il peut exister de meilleures solutions que les nôtres. Nous achetons des livres qui traitent de ces questions et qui donnent des enseignements précieux, mais il arrive que nous nous rendons compte que nous ne pouvons pas mettre ces enseignements en pratique. Et pourtant nous n'ignorons pas qu'il existe un docteur capable de guérir la maladie dont nous souffrons, nous savons même qui il est, mais une fausse honte nous empêche d'aller à lui, de peur que les gens nous croient ignorants ou du moins quelque peu excentriques si nous nous adressions à nos concurrents pour un remède.

Voilà la cause réelle du développement peu rapide de notre "efficience" en affaires. Nous faisons tout à notre façon. Nous sommes jaloux des idées qui nous sont propres. Si nous sommes puissants, nous ne vou-

lons pas donner le secret de notre puissance à des plus petits que nous. Si, par contre, nous sommes parmi les petits, nous disons: A quoi bon! Nous manquons de confiance envers les autres et, comme résultat, nous retardons le progrès de notre propre commerce ainsi que celui de ceux qui sont engagés dans le même commerce que nous-mêmes.

Depuis que les Etats-Unis sont entrés en lice du côté des Alliés, ils ont prouvé l'efficacité du principe de la coopération. Un exemple pour illustrer mon idée: Quand l'armée américaine débarqua en France avec son contingent de camions automobiles, on constata que pour faire les réparations nécessaires à ces camions, il faudrait tenir un stock de plus de 20,000 pièces détachées des diverses marques d'autos. Vous pouvez concevoir l'espace que nécessitait un tel stock et le temps qu'il fallait consacrer pour maintenir ce stock dans un ordre parfait. Que firent nos nouveaux alliés? Le gouvernement américain convoqua immédiatement tous les ingénieurs en chef des diverses fabriques d'autos, à une grande conférence; il expliqua les difficultés auxquelles il devait faire face et demanda leur coopération pour les simplifier — d'où il résultait que l'on adopterait un même type de moteur pour tous les camions construits pour l'armée et que ce moteur serait le meilleur que le génie humain puisse produire. En quelques minutes, des secrets d'affaires qui avaient été jalousement gardés par les fabricants, furent dévoilés à tous pour le plus grand bien d'une grande et noble cause. Le résultat fut la création du moteur "Liberty", le meilleur qui ait jamais été inventé. Le problème que je vous pose vaut-il la peine d'être considéré?

Pourquoi ne pas appliquer le même principe au commerce? Que les fabricants se réunissent et étudient en commun les problèmes auxquels ils doivent faire face, dans le but d'éviter le gaspillage et d'obtenir une plus grande efficacité dans la fabrication. Que les grossistes fassent de même. Les détaillants, eux aussi, devraient étudier en commun leurs problèmes respectifs pour le plus grand bien de tous. Qu'en résulterait-il? Une connaissance générale des ennuis auxquels chacun doit faire face et la meilleure solution possible pour le bénéfice de tous.

Devrions-nous nous arrêter là? Non pas du tout! Le fabricant, le grossiste et le détaillant devraient se rencontrer autour de la même table et coopérer à la solution des problèmes dans lesquels tous sont intéressés. Alors nous, pourrions atteindre une "efficience" qui n'a pu être conçue qu'en rêve.

J'ose prédire que le maximum de succès sera la part de ceux qui reconnaîtront et mettront en pratique le grand principe qu'est la COOPERATION.

Ceci peut sembler utopique, mais même les rêveries les plus audacieuses se réalisent parfois. Avec un peu de bonne volonté et de résolution de la part de ceux qui sont dans tous les genres d'affaires, je suis certain que ce résultat peut être atteint.