

## ADRET INFORMATION

-----

Dans le souci d'améliorer l'information au sein de notre société, il a été décidé, chaque fois que cela serait nécessaire, de publier dans "Adret Information" des précisions sur les sujets importants pour la vie de notre entreprise.

Au moment où notre expansion est liée en grande partie à notre faculté à exporter, un complément d'information sur notre implantation aux Etats-Unis semble nécessaire et fait l'objet de cette première publication.

---

### POURQUOI L'AMERIQUE ?

Lors de la réunion générale d'information du 9 avril, nous avons tenu à bien rappeler les raisons qui ont conduit ADRET ELECTRONIQUE à créer une filiale commerciale aux Etats-Unis, en 1973, puis à assembler et contrôler sur place un de nos modèles (le synthétiseur 3310) dès le début de 1976.

Il nous a paru, en effet, que ces actions risquaient d'être mal comprises et que l'ensemble de la société devait en connaître le "pourquoi" et le "comment".

Il est donc bon de rappeler certaines données et vérités fondamentales.

Tout d'abord, ADRET fabrique des appareils électroniques de mesure et il ne faut pas oublier que ce secteur est largement dominé, dans le monde, depuis 30 ans, par l'industrie américaine qui couvre, à elle seule, entre 50 et 80 % des besoins selon la nature des produits.

A titre indicatif, la société la plus importante, HEWLETT-PACKARD (\*), réalise à elle seule un chiffre d'affaires de l'ordre de un milliard de dollars (\*\*) (soit, près de 5 milliards de francs, ou encore 500 milliards d'anciens francs - soit 250 fois ADRET !).

.../..

(\*) A titre également indicatif, on notera qu'aucune société française n'a jamais été achetée par Hewlett-Packard et que, à notre connaissance, il n'existe pas de tels projets à l'heure actuelle.

(\*\*) dont 40 % en instrumentation générale.

C'est d'ailleurs l'une des raisons pour laquelle ADRET a choisi comme activité un "marché-créneau" de haute technicité, celui des générateurs-synthétiseurs, la compétition devenant pratiquement impossible dans l'instrumentation de grande diffusion.

Mais qui dit "marché-créneau", dit marché étroit. D'où l'effort systématique d'ADRET sur les marchés d'exportation, dès l'apparition des premiers produits, en 1967.

Et c'est dès cette époque que nous avons décidé d'exporter aux Etats-Unis, pour deux raisons évidentes :

1/ C'est le plus grand marché du monde et, techniquement, le plus avancé. Une part même minime de ce marché peut donc représenter un chiffre non négligeable pour une petite société française et aider à son développement.

2/ C'est, par nature - compte tenu de ce qui a été exposé plus haut -, un marché de référence. Le fait d'y vendre des produits français améliore l'image de marque de la société et la rend plus "crédible" vis-à-vis de l'ensemble des marchés étrangers.

Pratiquement, jusqu'en 1972, nous avons exporté sur ce territoire par le canal d'une co-filiale, "Lorch-Adret", créée avec un partenaire américain, dans laquelle nous détenions une part de 20 %.

Devant l'absence d'efforts commerciaux significatifs de notre partenaire, nous décidions, en 1973, de créer notre propre filiale, ADRET CORPORATION.

Après un bon démarrage, puisqu'en 1974 nous avons dépassé le niveau maximum des ventes des dernières années d'association, le marché s'est littéralement effondré, considérablement réduit par la crise économique et pratiquement bloqué pour les produits importés.

De plus, nous avons constaté que, même en l'absence de récession, les marchés nationaux importants nous restaient interdits et qu'aucun contrat de fourniture de série n'avait jamais pu être obtenu par ADRET, malgré de nombreuses réponses à des demandes de fourniture. On favorisait toujours le produit "made in U.S.A."

Enfin, on doit reconnaître que pour vraiment s'implanter auprès d'une clientèle particulièrement exigeante comme l'est la clientèle américaine, il faut apporter toute garantie de service après-vente.

Nous étions donc confrontés au choix suivant :

- ou abandonner le marché américain avec toutes les conséquences négatives (pertes définitives de nos investissements commerciaux, remboursement de prêts, incidences sur l'ensemble de nos exportations, ...),

- ou tenter l'expérience d'une fabrication locale seule susceptible de nous ouvrir un réel débouché à terme en confortant la clientèle américaine quant à l'existence de réels moyens techniques et en espérant un phénomène d'entraînement pour l'ensemble des produits de la marque.

C'est cette dernière solution que nous avons choisie dans l'espoir, également, d'une réelle reprise économique. Mais ce choix entraînait également un risque financier, incompatible avec la situation générale de notre marché.

C'est la raison pour laquelle les Pouvoirs publics, qui reconnaissent et apprécient l'effort relativement exceptionnel soutenu par notre société dans un secteur de pointe, ont décidé de lui allouer, pour 1976, une aide compensant pratiquement ce risque financier, lui permettant ainsi de poursuivre sa recherche d'expansion par l'exportation.

Mais cette aide est assortie de conditions : maintien obligatoire de l'activité U.S.A. jusqu'à fin 77 et création, à terme, de nouveaux emplois, en France, par l'effet d'entraînement de nos exportations (objectifs 1978/80).

Enfin, si l'on tient compte du maintien d'un potentiel d'exportation de l'ordre de un million de francs sur les 12 prochains mois, vers les U.S.A., - soit 5 % environ de notre chiffre d'affaires -, c'est, toutes proportions gardées, 5 % de notre effectif qui peut être protégé.

Ce sont donc, en définitive, les mesures les moins préjudiciables à l'effectif de Trappes qui ont été prises à l'égard du marché américain.

Mais il demeure qu'ADRET poursuit un combat d'autant plus difficile que la relative saturation du marché français ne permettra l'expansion qu'en soutenant, avec ténacité, de tels efforts de pénétration des marchés étrangers.

La Direction.

- - - - -

avril 1976.