

12^e jour

Réunion projet, 9h, chez le client

Partis à 6h du matin, temps de trajet estimé 2h30, pas de problème pour arriver à l'heure, on avait même une petite marge. Marge vite grignotée quand le conducteur a pris la mauvaise sortie, tourné à gauche au lieu de droite, puis tourné en rond dans une mystérieuse forêt n'apparaissant pas sur les cartes, jusqu'à ce qu'on découvre que le copilote tenait le plan à l'envers, et que de toute façon nous étions allés trop loin. Le temps de faire demi-tour, calmer les esprits, retrouver le numéro de téléphone du client et l'appeler en catastrophe pour annoncer notre (petit) retard, nous avons perdu une heure, notre bonne humeur, et le doux parfum des eaux de toilettes, subtilement remplacé par une acre odeur corporelle renforcée de gaz mal maîtrisés.

Le soulagement palpable qui règne dans l'habitacle, lors de l'arrivée chez le client vers 10h, redonne à tout le monde un semblant de peps pour affronter le directeur des études venu nous accueillir sur le parking. Son sourire quelque peu forcé confirme que notre retard est gravé en lettres rouges dans le dossier.

Notre chef de projet avale avec quelques difficultés sa salive avant de resserrer son nœud de cravate d'un geste convulsif, et descend du véhicule tout en bredouillant de piteuses excuses. Ce n'est pas avec cette entrée en matière que nous allons retrouver la cote auprès du client.

Installation dans la salle de réunion, présentations et valse des cartes de visite, déballage traditionnel des portables, premiers échanges en demi-sourires, bref l'heure tourne, rien ne se passe, et ça ne risque pas de s'améliorer quand la secrétaire débarque avec un plateau chargé de thermos de café et de petits gâteaux. Allez, on n'est peut-être pas si mal notés, et la réunion peut enfin commencer. Et notre calvaire aussi !

Première étape dans notre descente aux enfers : le directeur des études se lance dans une présentation du projet qui ne ressemble en rien à ce qui nous a été communiqué jusqu'à présent. Depuis les prévisions de la nouvelle ligne de produits, jusqu'aux fonctionnalités attendues, en passant par le planning, tout nous donne l'impression de nous être trompés de client. Décidément l'ère de la communication semble ignorer notre existence, et s'il fallait de nouvelles preuves, le client s'est chargé de les apporter. D'un seul coup l'amertume du café nous brûle les muqueuses et les petits sablés tentent de nous étouffer sournoisement. Surtout quand les planches du dernier design – l'officiel, celui que le marketing a retenu - sortent de derrière les fagots. Pour le coup, on est tous morts.

Sentant notre changement d'humeur, leur directeur commercial juge opportun de lancer un vibrant « à table » tout en jetant un œil ostensible sur son bracelet montre Pasha. Ca fait à peine une heure qu'on bosse, et voilà qu'on a déjà tous le moral dans les chaussettes... A table, l'entrain forcé de notre chef de projet associé aux blagues douteuses du directeur commercial masque avec difficulté une ambiance plombée. Le bruit des mastications et le cliquetis des couverts en racontent plus que toute dissertation.

De retour dans la salle de réunion, force est de constater que nous n'avons pas fini de souffrir. Une bonne âme a déposé devant la place de chacun le fameux cahier des charges dernière version, et une superbe impression couleur du planning, augurant une nouvelle fournée d'aspirine. Et quand la bonhomie du directeur commercial disparaît au profit d'un masque professionnel, tout le monde pressent l'imminence d'une catastrophe propre à faire tourner court notre béate digestion.

- Messieurs, entame t-il, nous avons étudié en détail votre devis et votre dossier de propositions techniques, et nous ne sommes absolument pas convaincus. Ni par vos choix, ni par le prix du produit !

Aïe, ouille ! Voilà qui annonce la couleur, et le moins qu'on puisse dire, c'est qu'il a réussi à nous amener gentiment au bord de la nausée. La pâleur cadavérique de notre chef de projet confirme notre progression vers les chaleurs de l'enfer...