

## Le Mot de la présidente

C'est bien volontiers que je sacrifie à la tradition des vœux de début d'année, même si, dans le cas d'une revue, la saison est parfois bien avancée lorsqu'ils parviennent à leurs destinataires. Je souhaite donc à tous les adhérents de l'APLIUT des étudiants enthousiastes, des collègues coopératifs, une administration compréhensive, des créations de postes en nombre suffisant et un peu moins de paperasserie – en résumé, des conditions de travail idéales.

Et je souhaite une bonne santé à l'APLIUT, non que son avenir m'inquiète car nos congrès ont de plus en plus de succès (par ailleurs, l'organisation en est assurée jusqu'en 2009), notre situation financière est saine et nous accueillons tous les ans un nombre important de nouveaux adhérents. Cependant, à l'image de la société française, notre association va devoir, au cours des prochaines années, prendre en compte les modifications démographiques et l'évolution des comportements.

Aujourd'hui, nous avons deux sujets de préoccupation.

Le premier est le remplacement des *baby boomers* qui s'appêtent à partir massivement à la retraite. L'APLIUT, comme tant d'autres communautés corporatistes, va connaître un creux de vague sans précédent. Sans jouer les Cassandre, car chaque année, nous voyons avec plaisir de nouveaux jeunes collègues s'impliquer dans la vie de l'association, il est à craindre que les prochaines années ne soient difficiles. La génération qui a vu naître l'association est sur le départ, la génération montante n'a pas encore totalement pris la relève. Le Bureau actuel se compose d'une majorité d'« anciens » ; son renouvellement sera-t-il assuré ?

Le deuxième sujet d'inquiétude vient du changement des comportements. La tendance amorcée il y a quelques années se confirme : les adhésions, de plus en plus nombreuses au moment du congrès, ne s'accompagnent pas toujours d'un abonnement aux *Cahiers* et ne sont pas nécessairement renouvelées l'année suivante ; le nombre des abonnements est en baisse régulière mais, par ailleurs, les ventes au numéro augmentent. Si les Aplutiens de la première heure avaient un sentiment d'appartenance très fort à l'association et se montraient d'une fidélité sans faille, il est clair que le comportement de la nouvelle génération est de plus en plus celui de consommateurs frivoles.

Ayant constaté ces évolutions, il nous faut trouver le meilleur moyen de nous y adapter et/ou de réagir. Nous y parviendrons en perpétuant les valeurs qui ont fait la force de notre association – elles tiennent en trois mots qui riment comme la devise inscrite au fronton de nos mairies (mais mon propos n'est pas de le parodier) : combativité, convivialité et simplicité.

**Mireille Hardy**