

## AVANT-PROPOS

Comme bien d'autres brillantes idées qui germent au Service des délégués commerciaux, le présent guide a vu le jour à l'occasion d'une réunion entre amis qui en vinrent à discuter de l'évolution de leur travail au fil des ans.

Nous avons parlé d'une foule de choses : des répercussions du télécopieur, de l'accroissement des déplacements, du traitement de textes et des communications à l'échelle planétaire, du manque de temps qui afflige de plus en plus les agents du secteur privé comme du secteur public, la formule maintenant bien enracinée voulant qu'on puisse faire plus avec moins, la controverse et l'impact d'avoir à dire *non* devant des demandes excessives, l'absence apparente d'orientations stratégiques pour les délégués commerciaux opérant sur le terrain, et ainsi de suite.

Avec un pied dans le secteur privé et l'autre dans le secteur public, les délégués commerciaux sont bien au fait de la maxime qui a cours dans le monde des affaires : «s'adapter ou disparaître». Il ne fait aucun doute qu'il faille repenser le rôle tout entier du délégué commercial, et poser la question fondamentale qui suit : pourquoi, de quelle façon et pour qui le gouvernement fédéral doit-il contribuer au développement du commerce et à la politique commerciale? Nous n'entendons pas répondre ici à cette question. Si toutefois nos propos suscitent un débat au sein du Ministère sur les plus grands thèmes d'une politique de promotion du commerce, alors nous aurons atteint l'un de nos principaux objectifs.

Notre objectif le plus immédiat a une portée essentiellement pratique : comment pouvons-nous, comme groupe de délégués commerciaux chargés, ou sur le point de l'être, de la mise en oeuvre de programmes commerciaux à l'étranger, conjuguer nos efforts afin de tirer le meilleur parti possible des conseils et expériences de chacun? Comment, en cette époque de compression des ressources, de réduction de la durée des affectations à l'étranger et d'accroissement apparemment constant de la charge de travail, pouvons-nous mieux gérer nos programmes commerciaux à l'étranger? Nous ne pouvons plus espérer un super-délégué commercial légendaire pouvant satisfaire les besoins de chacun, mais nous savons que de meilleurs gestionnaires doivent pouvoir travailler de façon plus intelligente et aider les entreprises canadiennes à atteindre les meilleurs résultats possibles.

Si ce projet réussit, ce sera grâce à vos interventions et à votre participation dans la discussion qui, nous l'espérons, s'ensuivra. Nous vous invitons à présenter votre point de vue si vous croyez qu'il peut aider les générations futures de délégués commerciaux à améliorer leur travail; à cette fin, nous vous demandons de remplir le questionnaire ci-joint, en y indiquant vos suggestions. Le présent guide ne pourra être amélioré que si chacun d'entre nous partage ses expériences, en particulier ceux d'entre nous qui oeuvrons actuellement sur le terrain.

Notre guide a été préparé avec peu d'argent. Il est le résultat d'un nombre incalculable d'heures de travail effectué durant les soirées et les fins de semaine, mais, ce qui compte, c'est qu'il est le fruit de la participation d'un grand nombre de délégués commerciaux (et de quelques gestionnaires oeuvrant dans d'autres domaines), à tel point qu'il nous est impossible