

John T au sujet du Mémoire au Cabinet *Par John Treleaven*

Le Service des délégués commerciaux a toujours pour fonction de fournir les renseignements sur les marchés dont ont besoin nos clients. En sa capacité de délégué commercial, John Larke a reçu pour mandat, en 1896, de recueillir et d'envoyer au Ministère de l'information sur la situation générale du marché australien ainsi que sur les débouchés commerciaux particuliers qu'il offrait. En décembre 1993, Allen Kilpatrick a donné pour défi au SDC de fournir à nos clients l'information dont ils ont besoin pour préparer leurs propres stratégies d'affaires : une information qu'ils ne peuvent ignorer; une information stratégique ciblée qui peut changer le comportement de l'entreprise.

Après avoir fait bien des efforts pour soutenir et promouvoir le rôle du SDC à l'étranger, il est maintenant temps que le gouvernement fédéral concentre son attention sur l'exécution des programmes au pays. Le message de M. Kilpatrick a ouvert la voie à la préparation d'un Mémoire au Cabinet sur le développement du commerce international. L'idée d'un tel mémoire est née l'automne dernier, lorsque le MAECI et IC ont travaillé ensemble au plan d'action micro-économique du gouvernement. Dans l'ensemble de la structure gouvernementale, il existe une multiplicité confondante de programmes et d'intervenants qui ne répondent pas toujours aux besoins de nos clients. À titre d'exemple, on ne voit pas très bien qui a la responsabilité première de la préparation des exportateurs. Il n'y a ni gestion stratégique ni partenariat entre les divers ministères et organismes du gouvernement qui mènent des activités de développement du commerce international. Notre système national d'exécution doit manifestement être réexaminé.

Le MC renforce le rôle du délégué commercial en promettant d'appuyer son travail sur le terrain par l'application de normes de service uniformes, par des mesures de filtrage, et par l'établissement de grandes priorités pour nos clients et pour tous les

ministères fédéraux et provinciaux intéressés par le commerce international. Nous avons toujours encouragé les sociétés à rechercher des possibilités d'expansion à l'étranger en leur offrant des renseignements sur les marchés, en

Le MC renforce le rôle du délégué commercial en promettant d'appuyer son travail sur le terrain par l'application de normes de service uniformes, par des mesures de filtrage, et par l'établissement de grandes priorités pour nos clients et pour tous les ministères fédéraux et provinciaux intéressés par le commerce international.

les présentant à des décideurs clés, en leur fournissant des avis et des conseils sur les obstacles au commerce et en négociant des stratégies visant à éviter ou à surmonter ces obstacles.

Le MC prévoit l'établissement d'équipes sectorielles nationales qui veilleront à recenser et à promouvoir les ressources canadiennes et qui partageront leurs données via WIN Exports. Des équipes régionales travailleront aussi sur diverses questions comprenant la préparation des

exportateurs, le filtrage et la prestation de conseils en développement du commerce international. Le Centre de repérage Équipe Canada traitera les débouchés commerciaux opportuns comme des atouts stratégiques, et fera appel aux équipes sectorielles nationales et à d'autres sources pour cibler les sociétés à contacter par téléphone afin de vérifier leur intérêt pour un débouché particulier. Le Centre de promotion tentera d'élargir plus généralement l'appui que le gouvernement et le secteur privé accordent à la soumission de grands projets d'équipement.

Le MC ne traite ni de processus ni de bureaucratie. Il s'intéresse plutôt à la question de l'impact et vise à faire du Canada la principale nation commerçante parmi les pays de l'OCDE. La coopération entre tous les intervenants fédéraux et provinciaux s'occupant de commerce a avantaagé l'Équipe Canada, lorsque le premier ministre a visité la Chine, en générant des milliards de dollars en contrats. Si le Canada veut profiter au maximum de la libéralisation des marchés du monde, il nous faut travailler chaque jour avec la même efficacité.

John Treleaven est directeur général de la Direction générale de la planification commerciale et des opérations (TOD).

Affectations: une année mouvementée

SPT nous informe que, depuis janvier, 260 agents commerciaux ont été mutés (y compris les mutations à Ottawa même). Sur les 71 agents qui ont été affectés à l'étranger, 46 étaient auparavant au Canada, 20 ont été permutés et 5 ont été détachés pour aller



occuper des postes de spécialistes. De nouveaux postes d'agents canadiens ont été approuvés pour Beyrouth, Guadalajara, Hanoi, Ho Chi Minh-Ville, Montevideo, Panamá, Rio de Janeiro et Taipei. On a également prolongé 18 affectations cette année.