

Coup d'œil sur nos concurrents

Le secteur privé et les organismes de promotion du commerce international

Dans la dernière livraison de SDC International, nous avons présenté une série d'articles basés sur nos recherches au sujet des organismes étrangers de promotion du commerce international. Nous mettons en lumière dans ce numéro-ci les méthodes que nos concurrents utilisent pour entretenir des liens avec le secteur privé.

1. Les conseils d'administration et les conseils ou comités consultatifs

La majorité des organismes de promotion du commerce international (PCI) sont dotés d'un conseil d'administration. Ces conseils sont considérés comme un moyen essentiel d'avoir accès à l'opinion du secteur privé.

L'approbation de l'orientation stratégique d'ensemble et du plan général de l'organisme, les principales affectations de ressources et, parfois, la nomination des principaux responsables (cadres supérieurs, délégués commerciaux principaux) font partie du rôle que jouent habituellement les conseils d'administration. On demande de plus en plus à ces conseils de reprendre à leur charge des responsabilités dévolues auparavant à des comités distincts. Dans le monde entier, on considère la présence d'un conseil d'administration vigoureux, qui donne continuellement des avis à la haute direction de l'organisme, comme un moyen de maintenir l'organisation polarisée sur les besoins de la clientèle et d'améliorer l'image de l'organisme auprès du public. Les conseils d'administration ont également été utiles en aidant les organismes à aborder efficacement des questions qui sont au centre de l'attention et à préparer des tournées ministérielles autour du monde.

Habituellement, nettement plus de la moitié, et parfois la totalité, des membres du conseil d'administration proviennent du secteur privé. Lorsque le conseil comprend des membres venant d'autres ministères, ces derniers sont membres d'office. Là où la culture des affaires locale l'exige, un représentant syndical fait également partie du conseil d'administration. Les représentants du secteur privé sont généralement présidents ou chefs de la direction de leur entreprise. Dans un certain nombre de cas, la loi prévoit que le président

du conseil d'administration doit être propriétaire de sa propre entreprise. On considère que ce critère de sélection donne de la crédibilité à l'organisme aux niveaux fonctionnel et politique.

Certains organismes ont également recours à des conseils consultatifs, mais on a souvent l'impression que leur avis est dilué quand il est mis en application, si jamais il l'est. Les conseils de ce genre sont souvent perçus comme un moyen moins efficace d'assurer la polarisation sur la clientèle et les résultats. L'Overseas Projects Board, au Royaume-Uni, un groupe distinct

Ces conseils sont considérés comme un moyen essentiel d'avoir accès à l'opinion du secteur privé.

affilié au British Overseas Trade Board, fait figure d'exception. Cet organisme est composé de gens d'affaires expérimentés ayant une vaste expérience de la concurrence internationale concernant les projets outre-mer. L'Overseas Projects Board présélectionne les soumissionnaires britanniques ainsi que les projets internationaux, pour permettre à l'État de concentrer son appui sur les

plus prometteurs. En France et en Allemagne, le tamisage s'effectue de la même manière, alors qu'il comporte des variantes dans les pays nordiques. De plus, le British Overseas Projects Board aide les groupes sectoriels à conseiller les entreprises qui sont prêtes à exporter au sujet des tactiques à employer pour obtenir des contrats à l'étranger.

2. Les réseaux

L'un des instruments les plus communément utilisés pour favoriser une liaison intrinsèque entre l'organisme de PCI et ses clients est le réseau d'affaires. Divers types de réseaux autour du monde sont basés sur l'idée que les initiatives communes permettent aux entreprises, habituellement du même secteur, de réussir ensemble là où elles auraient échoué si elles avaient agi seules,