

Le personnel relève la concurrence



Dans le dernier numéro de *SDC International* (Vol. 5, N° 1), nous avons eu droit à un aperçu des méthodes qu'utilisent nos concurrents lorsqu'ils abordent les questions de développement des ressources humaines (DRH). La Division du personnel commercial/politique (FPS) a jugé qu'il serait intéressant d'établir une comparaison avec le MAECI, et de mettre en évidence quelques-unes des nouvelles initiatives en cours. Veuillez consulter le précédent article dans l'Intranet sous la rubrique « Nouvelles ».

1. RECRUTEMENT

Comme la majorité d'entre vous le sait, l'actuel processus de recrutement des agents du service extérieur, et plus précisément des délégués commerciaux, existe déjà depuis de très nombreuses années. La plupart d'entre nous se souviennent encore des sueurs froides devant certaines questions pièges à l'entrevue initiale, et de s'être demandé ce qui était arrivé aux autres candidats qui s'étaient présentés. Notre processus de recrutement consiste toujours à passer l'examen de connaissances pour le service extérieur, et à se soumettre ensuite à une entrevue qui dure toute la journée, sans oublier toutes les autres embûches. Étant donné que le système s'applique essentiellement à des personnes qui combleront les postes de premier échelon, notre campagne de recrutement vise principalement les nouveaux diplômés universitaires.

Toutefois, l'un des éléments de notre recrutement qui a changé au cours des années concerne les critères d'admission. Désireux de réduire le nombre de candidats passant l'examen FS (qui avait atteint un sommet de plus de 7 000 durant une année) et de viser des candidats dont le profil cadrerait davantage avec les besoins du Ministère, nous avons défini des critères

d'admissibilité assez précis (ex. deux diplômes de premier cycle, dont un obligatoirement en droit, en économique ou en commerce, ou bien un seul diplôme de concert avec une connaissance de l'une des cinq langues difficiles). Cette campagne ciblée a réussi dans la mesure où nous recrutons à présent des candidats dotés de compétences spéciales et de capacités manifestes dans une ou plusieurs langues étrangères.

En 1997, nous avons également lancé une campagne proactive de diffusion axée sur les facultés de commerce des universités afin de nous assurer que les possibilités de carrière au SDC soient bien connues dans ce milieu. La campagne a donné des résultats positifs puisque nous avons constaté un accroissement appréciable du nombre de diplômés dans ce domaine qui ont passé l'examen FS en octobre dernier.

La composition du personnel commercial dans nos missions à l'étranger reflète celle de nos concurrents, dans la mesure où une proportion croissante de l'effectif est constituée de personnel engagé sur place (PEP). Certes, le PEP assure une continuité et une expertise sectorielle absolument souhaitables, mais on se préoccupe quand même du fait qu'environ 60 p. 100 de l'effectif total des délégués commerciaux sont postés au Canada, et seulement 40 p. 100 dans nos missions. Le ministre du Commerce international a pris l'engagement de renverser cette tendance et de travailler très fort afin de créer davantage de postes à l'étranger pour les délégués commerciaux. Certaines étapes concrètes ont déjà été franchies dans ce sens avec la création, en 1997, de cinq nouveaux postes à l'étranger destinés à du personnel engagé au Canada, avec promesse d'en créer quelques autres en 1998.

SUITE À LA PAGE 12