

Les lettres de vos collègues

La défiliarisation et les bureaux géographiques : Conséquences pour nos clients du secteur privé

Le MAECI est touché par la frénésie du « faire plus avec moins » qui s'est emparée de nombreux gouvernements des pays de l'OCDE, et le défi qu'elle entraîne devient de plus en plus difficile à relever. Depuis quelques années déjà, nous avons adopté et examiné des mesures pour atteindre cet objectif. Certains y gagnent dans ce contexte, car la croisade en faveur de l'optimisation des ressources fait avancer deux idées véhiculées depuis de nombreuses années au Ministère. La mise en oeuvre de ces idées nous toucherait et concernerait aussi, sans doute, nos clients du secteur privé.

Voici en quoi consiste ces deux notions qui permettraient de « faire plus avec moins » : décroiser les groupes d'agents du Service extérieur (ASE), et adopter le concept des bureaux géographiques dans les directions géographiques. Cette défiliarisation serait avantageuse, car elle accroîtrait la mobilité des agents entre leurs divers secteurs de responsabilité et la souplesse dont le MAECI bénéficierait pour répartir ses agents. L'attrait que le concept des bureaux géographiques présente réside dans le fait que des directions chargées de promouvoir le commerce pourraient fusionner (et c'est déjà une réalité dans certains cas) avec les directions correspondantes des relations politiques, ce qui se solderait par une réduction encore plus marquée des ressources humaines.

La défiliarisation et l'adoption du concept des bureaux géographiques risquent-elles de nuire à nos clients du secteur privé, surtout aux PME? Comment garantir à ces derniers que des ASE, dans les nouvelles directions géographiques, continueront à se consacrer essentiellement à la promotion du commerce international? La défiliarisation et la mise sur pied des bureaux géographiques pourraient-elles amener les ASE à passer plus de temps à régler les questions bureaucratiques internes, et moins à répondre aux besoins des clients du secteur privé? Risque-t-on de voir s'éroder les compétences et les connaissances que les « anciens délégués commerciaux devenus ASE » possèdent en matière de promotion du commerce, parce qu'ils devraient consacrer une partie de leur temps à des dossiers politiques et économiques?

De récents programmes de formation lancés par le Ministère (par ex., les cours IRM et les cours destinés aux exportateurs de services) montrent bien que le travail des délégués commerciaux est plus spécialisé qu'autrefois. Parallèlement, nous semblons, plus que jamais, sur le point d'allier les délégués commerciaux aux agents politiques/économiques et de progresser encore plus vers le

jour où ils seront des « généralistes » accomplis. Sommes-nous en présence de deux solitudes?

Certains parlent même d'intégrer les bureaux géographiques aux missions (fusionner les sections politique et économique et la section commerciale). En fait, dans certaines missions à tout le moins, pareille mesure ne ferait que conférer un caractère officiel à une situation qui existe déjà depuis quelque temps. À l'étranger, les délégués commerciaux doivent souvent assumer d'autres responsabilités que les leurs pour soutenir des collègues chargés d'autres programmes. L'inverse n'est pas nécessairement vrai : les agents politiques/économiques exécutent rarement des tâches intéressant l'expansion du commerce international, sauf pendant d'importantes missions commerciales dirigées par des ministres canadiens, missions auxquelles tous les ASE participent de toute manière. Si les sections commerciale, politique et économique sont intégrées dans les missions, les chefs de mission auront plus de latitude pour affecter leurs ASE aux dossiers qui leur paraissent primordiaux.

La conclusion à tirer est simple : si l'on ne protège pas les ASE chargés de promouvoir le commerce international, les besoins internes auront toujours la priorité sur les besoins de nos clients du secteur privé, quand les agents seront submergés par la charge de travail émanant des directions géographiques ou des missions. En pareils cas, qui sera libre pour accueillir les représentants des sociétés canadiennes? Jusqu'ici, les partisans de la défiliarisation et du concept des bureaux géographiques ne m'ont fourni qu'une réponse : de telles situations risquent de se produire, en théorie, mais elles seraient rares. Sans doute les exportateurs canadiens aimeraient-ils pouvoir les croire!

Un des tout derniers efforts que le MAECI a déployés pour préserver les intérêts de ses clients du secteur privé a consisté à créer le COAI (Centre des occasions d'affaires internationales), qui se charge de repérer des sources canadiennes de produits, de services et de technologies pour répondre aux demandes d'approvisionnement venant de l'étranger. Deux autres bonnes idées commencent à prendre forme : l'unité de promotion et l'unité IRM. Cependant, le MAECI ferait preuve de perspicacité en clarifiant sa pensée sur la défiliarisation et sur le concept des bureaux géographiques; il dissiperait ainsi les craintes exprimées dans le présent article et rassurerait certes les exportateurs canadiens.

Auteur anonyme