

Cent jours en Algérie

PAR Rick Savone

Beaucoup de choses peuvent arriver en cent jours. Avant mon départ pour l'Algérie, j'étais convaincu que j'avais été affecté dans un pays du tiers monde avec lequel on n'échangeait que du blé contre du pétrole. J'étais sûr que les problèmes de sécurité à Alger et le terrorisme continuels me garderaient éveillé la nuit et finiraient par avoir raison de moi. J'appréhendais d'avoir à gérer le portefeuille politique, d'autant que j'étais nouveau-venu dans la filière commerciale. En deux mots, mon opinion était déjà faite avant même de quitter Ottawa. Puis ont suivi cent jours durant lesquels j'ai été témoin d'un processus conciliatoire de dialogue national et de la préparation d'un référendum démocratique en vue de renouveler la constitution, et j'ai eu à traiter de dizaines d'occasions d'affaires présentes et futures. Comme Paul sur le chemin de Damas, j'ai été converti.

Bien des gens suivent de près l'évolution de la situation politique en Algérie. Les décideurs et les façonneurs de l'opinion veulent s'assurer que ce pays s'est finalement extirpé de la période de déchirements et d'instabilité qui a marqué les dix dernières années. Si la situation politique affiche de modestes signes de progrès avec la lente introduction de la démocratie, la situation économique est plus prometteuse. Après s'être montrés récalcitrants face au terrorisme et aux bouleversements politiques des dix dernières années, les partenaires canadiens de l'Algérie sont aujourd'hui de plus en plus conscients des occasions commerciales qu'ils peuvent partager avec ce pays d'Afrique du Nord. Ils reviennent en force.

Les compagnies canadiennes sont résolues à redynamiser leurs relations commerciales avec l'Algérie parce qu'elles savent que le renouveau économique est annonciateur d'une réconciliation politique qui aurait dû survenir il y a longtemps. Des produits agricoles à la construction d'infrastructures en passant par l'exploration pétrolière et les services d'ingénierie, les échanges commerciaux du Canada avec l'Algérie se diversifient et augmentent constamment. Cette croissance résulte de la confiance que les compagnies canadiennes ont dans la nouvelle économie algérienne, une économie qui croît lentement, mais qui continue néanmoins son essor. Nos clients canadiens ont de plus en plus la conviction que les Algériens sont en train de mettre de l'ordre dans leurs affaires politiques. C'est ce qui explique que ce pays reste, de loin, le plus important partenaire commercial du Canada dans l'ensemble de l'Afrique et du Moyen-Orient. Les agents du Ministère ne devraient pas négliger les liens entre la situation politique et les occasions de commerce. Dans des missions comme l'Algérie, les délégués commerciaux peuvent jouer un rôle important au niveau de

l'analyse politique. La facilitation et la promotion du commerce supposent entre autres de fournir aux clients canadiens l'information politique nécessaire pour leur permettre de planifier leur stratégie en conséquence. Le commerce a toujours été à la base de l'amitié entre les deux pays, et nos échanges commerciaux continueront de prospérer dans un climat politique sain, qui doit être protégé et entretenu. Si le Ministère compte mettre à profit le lien commerce-politique en se réorganisant, alors j'applaudis l'initiative.

En tant que délégué commercial, je m'attendais à m'occuper directement de promotion et de facilitation du commerce dès ma première affectation. À Alger, où je m'occupe du portefeuille politique, j'ai eu quelques problèmes à « me faire la main » aux subtilités de l'analyse et des rapports politiques. Je ne dirais pas que je gère le portefeuille politique avec brio, mais, en revanche, je comprends la place qu'occupe le commerce dans l'amitié canado-algérienne. Je sais qui est le client, et je sais quels services et quels conseils je peux lui offrir.

Après cent jours dans ma première affectation, je me remémore quelque chose que m'a dit mon père juste avant mon départ pour Alger. Il voyait que j'hésitais à plonger, que je m'inquiétais pour ma sécurité personnelle et que je me souciais beaucoup des défis qui m'attendraient durant ma carrière. Il m'a cité une des réflexions de Winston Churchill durant la Seconde Guerre mondiale : « Ce n'est pas la fin, a-t-il dit. Ce n'est même pas le début de la fin. C'est tout simplement la fin du début. » Nouveau délégué commercial au Ministère, grisé par le travail d'agent politique, je suis convaincu que mon père a raison. Pour un début, c'en fut tout un!

*Rick Savone est premier secrétaire
(Affaires politiques) à notre ambassade à Alger.*

LE TROC COMMERCIAL

Rédacteur en chef : Richard Lecoq, 996-2964

Rédactrice : Andrée Cooligan, 996-1732

Rédactrices associées : Louise Levasseur, 992-3645
Monique McGrath, 996-8709

Consultant technique : IC&D Internet Publishing,
841-8484