

PAR Linda Brazeau

Suite de la page 1

Amérique latine, Antilles et Mexique

Nos collègues de l'Amérique latine, des Antilles et du Mexique ont répondu en grand nombre au programme de formation à Miami. Compte tenu de l'ampleur qu'a pris la session de formation, il aurait été préférable d'organiser des sessions périodiques de moindre envergure.

Les participants ont apprécié l'utilité des outils et les renseignements sur Ottawa, bien que bon nombre d'entre eux auraient aimé que les cadres supérieurs soient présents pour fournir une certaine orientation et présenter des commentaires. Les membres de la haute direction ont été invités à participer à toutes les sessions, et nous remercions ceux qui se sont déplacés.

Beaucoup ont estimé avoir appris à mieux comprendre le fonctionnement du système, les sources de soutien offertes aux missions et les besoins des exportateurs canadiens. Toutefois, il faudra adapter quelque peu les façons d'offrir le service à la clientèle puisque les marchés et les capacités en matière de prestation de services diffèrent d'une mission à l'autre.

Le double emploi dans les systèmes en place au Canada (remise en question de l'aptitude des prestataires de services du pays à aider l'exportateur canadien) et les moyens à prendre pour projeter l'image d'Équipe Canada ont également suscité des inquiétudes d'ordre général. En gros, on s'est dit d'avis que le recours à des partenariats efficaces permettrait d'améliorer le service à la clientèle.

Asie - Pacifique

Compte tenu de la réponse enthousiaste des missions de l'Asie-Pacifique, nous avons encore dû composer avec un grand nombre d'inscriptions aux sessions de formation à Manille et à Séoul. Il aurait fallu disposer de plus de temps.

Les commentaires étaient au diapason de

ceux reçus lors des autres sessions de formation, l'accent ayant été mis sur l'approche interactive, l'utilité des outils de référence et l'aperçu des industries, ce qui a permis à un grand nombre de participants de mieux comprendre les forces du Canada dans le secteur des services et de prendre connaissance de l'appui offert par l'Administration centrale. On a reconnu que le travail proactif effectué par les missions varierait en fonction des contraintes opérationnelles individuelles.

Beaucoup auraient apprécié pouvoir discuter plus à fond des meilleures pratiques (un examen concret des stratégies utilisées par les missions) et approfondir la question de manière à se pencher sur des cas réels dans leur région, sur le rôle des relations interpersonnelles sur les marchés asiatiques, sur l'aide aux alliances stratégiques et sur les domaines sectoriels, entre autres. On a également accueilli favorablement la participation des sociétés canadiennes à la définition de leurs attentes à l'égard des missions.

Sachez que nous prévoyons organiser divers sondages auprès de la clientèle cette année. Nous parcourons le Canada avec notre matériel informatique spécialisé pour demander aux exportateurs canadiens ce qu'ils pensent de nos services, et nous vous communiquerons les résultats lorsqu'ils seront compilés.

Les participants aux trois sessions se sont dits nettement favorables à la formation et l'ont estimée indispensable pour tout le personnel commercial et les chefs de mission. Ils ont dit souhaiter qu'on l'offre plus fréquemment (apprentissage permanent) et qu'elle soit obligatoire (et assortie de mises à jour plus fréquentes d'Ottawa). Comme l'a résumé un participant : la formation « était la meilleure chose que le MAECI nous a offerte depuis 10 ans ».

Linda Brazeau est membre de la Direction des opérations d'expansion du commerce (TOO).

On peut la joindre au (613) 995-7683.

La SCCI : notre petit dernier

suite de la page 2

constamment actualisée et consultable en direct de toutes les activités de DCI que les gouvernements fédéral et provinciaux projettent d'organiser au pays et à l'étranger. En se branchant sur les divers sites Web du fédéral et des provinces, les utilisateurs verront une description détaillée de tous les projets des gouvernements fédéral et provinciaux en matière de commerce, d'investissement, de S-T et de R-D — y compris les missions, les foires, les études de marché, les colloques, etc. Les promoteurs des diverses activités auront la respon-

sabilité de tenir leurs données à jour. Ils pourront même utiliser le Compendium de la SCCI pour publiciser leurs activités, en s'assurant que la zone « Nouveautés » de chaque descriptif d'activité renferme le type d'information qui saura attirer les firmes à qui le message est vraiment destiné.

Merci à tous ceux et celles qui ont participé à l'opération de cette année. Et attendez-vous à recevoir plus d'information sur la réaction des milieux d'affaires!

Jennifer Rosebrugh est directrice adjointe de la Direction de la planification et de la coordination du commerce (TOC).