

Message du nouveau rédacteur-en-chef

Bonjour à tous,

Dans le dernier numéro du *Troc commercial*, M^{me} Kathryn McCallion vous faisait part de ses idées sur le Service des délégués commerciaux (SDC) et du fait que la nouvelle direction de TBO (Services des délégués commerciaux) a été créée pour vous aider à mieux servir vos clients. Notre mandat est de vous appuyer et de vous faciliter la tâche afin que vous puissiez vous concentrer là où vous excellez, c'est-à-dire à fournir des services de qualité aux entreprises canadiennes. Dans une entrevue en page un, vous verrez Kathryn réitérer son appui au SDC.

Comment vous appuyer? Par exemple, chacun d'entre vous en poste trouve ses propres trucs et solutions pour traiter différents sujets au quotidien. À TBO nous pourrions les recueillir et, par l'intermédiaire de notre journal, les soumettre à tous pour commentaires. Puis, éventuellement nous pourrions en faire des fiches et nous en servir comme modèles pour nos pratiques exemplaires.

Pour amorcer les discussions, nous vous proposons dès maintenant deux premières fiches. Appelez-nous par MITNET ou écrivez-nous, peu importe le moyen, mais dites-nous ce que vous en pensez.

Si tout va bien, dans le prochain numéro, vous trouverez deux nouvelles fiches, une section sur les dernières nouvelles d'Ottawa et une autre consacrée aux postes. De plus, nous comptons changer la présentation et le titre du journal, et concevoir un logo qui servirait à identifier vite et bien le SDC. Si vous avez des idées à nous proposer, n'hésitez pas. Votre contribution serait appréciée.

Richard Lecoq, directeur (TBO)

Merci à Maria Bernard pour avoir coordonné et fait paraître régulièrement le journal au cour des dernières années. Un gros merci également à Andrée Cooligan qui a assuré la relève avec enthousiasme.

Une entrevue avec M^{me} Kathryn McCallion

Suite de la page 1

temps et d'énergie de faire savoir à une entreprise qu'il fait 30°C à Mexico. Le genre de renseignements qui intéressent les responsables d'entreprise, c'est de s'entendre dire : « Vous devez rencontrer M. X. Par son entremise, vous aurez accès à ce marché. » Il nous faut donc des gens, et des gens dotés de compétences particulières, dans nos bureaux à l'étranger. Il faudra trouver l'argent nécessaire pour déléguer à l'étranger un plus grand nombre d'entre nous; c'est le défi qui se pose.

TC : *Comment proposez-vous d'aborder la question de la mesure du rendement des initiatives de promotion du commerce extérieur?*

KM : Le vérificateur général exerce des pressions sur nous pour que nous fassions connaître la valeur ajoutée de notre travail. Nous cherchons à éviter certains systèmes, comme celui qui consiste à téléphoner à toutes les entreprises pour recueillir des commentaires, parce que cette méthode est coûteuse et sans doute peu efficace. Je pense que ce n'est que depuis 18 mois que le gouvernement a commencé à déterminer la valeur des services fournis à l'aide d'un système de mesure. Nous ne sommes pas aussi en retard qu'il le semble parfois. Nous essayons différentes choses. Le système de repérage WIN Exports est sur le point de devenir un service d'utilité générale; il devrait être très utile. La Direction générale des États-Unis a une longueur d'avance sur les autres bureaux géographiques, pour ce qui est de la mesure

de ses activités et du fait de repérer de nouveaux exportateurs; nous croyons que, si son modèle fonctionne, nous pourrions l'appliquer de façon plus générale dans le reste du monde.

TC : *Parmi vos nombreuses réalisations au sein de la Direction générale de l'Amérique latine, laquelle a été la plus gratifiante?*

KM : À la Direction générale de l'Amérique latine, nous avons mis au point un plan réalisable auquel tous ont contribué; pendant deux années, nous avons été sur la voie de la réussite. Je dois dire aux gens du Ministère qui pensent qu'on ne peut établir un ordre de priorité et tenter de s'y conformer, parce qu'on est constamment pris par les questions du jour, que cela n'est tout simplement pas exact. N'oubliez pas les deux problèmes propres aux Antilles qui sont demeurés constants : Haïti et Cuba. Le plan remettait de l'ordre dans nos relations stratégiques. D'abord et avant tout, il y a eu le développement de nos relations avec le Mexique, grâce à l'ALENA. En deuxième lieu, nous devons améliorer nos relations avec l'Amérique centrale en tant que groupe, parce que nous n'avions pas les moyens de les contacter pays par pays. Le troisième élément était crucial : nous devons laisser savoir aux pays des Antilles que nous demeurions toujours un partenaire valable. Quatrièmement, nous devons renforcer nos liens avec des partenaires importants, comme le Brésil et le Chili. J'ai regretté de partir avant que le plan soit entièrement réalisé, mais je suis extrêmement heureuse du travail accompli.