

Un message du rédacteur

Aimables lecteurs

Le temps est au « changement », surtout en cette période de l'année marquée par le mouvement, l'action, les nouvelles idées, les nouvelles affectations et les nouveaux visages. C'est ce changement qui nous empêche de nous scléroser. Mais peut-on abuser d'une bonne chose? Le Mémoire au Cabinet sur le développement du commerce international occupe une bonne partie de notre temps ces jours-ci. La mise en application de ses recommandations transformera le système national d'exécution. Nous savons tous que 23 ministères et organismes fédéraux ainsi que 12 gouvernements provinciaux et territoriaux participent à ce système d'exécution. Pas étonnant que nos clients du secteur privé se lassent de tenter de trouver le bon bureau au Canada et qu'ils s'adressent plutôt directement aux missions. Si nous pouvons coordonner et rationaliser nos opérations et, de façon générale, mettre de l'ordre dans nos affaires au Canada, ceux d'entre vous qui travaillent en région pourront peut-être consacrer plus de temps à la collecte de renseignements sur les marchés et à des

activités de promotion, travail que tout le monde juge utile. Ce numéro comprend deux articles sur le MC. D'autres numéros traiteront de sa mise en application.

La relève de la garde a commencé : Brian Schumacher quitte TFB et devient haut commissaire en Australie, et Marc-André Brault, tout juste revenu de Pretoria, devient le délégué commercial en chef. Le prochain numéro comprendra probablement une entrevue avec M. Brault.

Enfin, un merci tout spécial à Greg Bates, le véritable inspirateur du Troc commercial. Ce sont ses conseils avisés et ses remarquables capacités organisationnelles et techniques qui nous ont permis de maintenir la qualité du bulletin. Avec tous ses collègues, je lui souhaite du succès dans son nouveau poste à TOS.

Continuez à nous envoyer vos cartes et vos lettres. Nous imprimons tout ce que nous pouvons, comme le savent déjà ceux d'entre vous qui ont gagné un T-shirt du Troc commercial.

Rick Mann

LE MC ET LE SDC



Suite de la page 1

De plus, les missions qui repèrent un débouché commercial particulièrement urgent ou complexe, ou pour lequel les bases de données sur les fournisseurs sont inadéquates, pourront transmettre les renseignements à un service interministériel de repérage commercial. (*Le troc commercial*, vol. 2, no 2, avril 1995, p. 5). Ce service prend contact avec les entreprises canadiennes en mesure d'exploiter ce débouché.

Un soutien supplémentaire sera fourni par une équipe de promotion, située à l'Administration centrale. Cette équipe coordonnera la promotion, effectuée par le gouvernement, de projets ou de questions clés à l'étranger, y compris les interventions du premier ministre ou des ministres en ce sens.

Des marchés et des secteurs prioritaires seront établis et pourront recevoir des

services de niveau supérieur (par ex. des services spécialisés de renseignements commerciaux ou des experts dans les missions clés). Le véritable programme d'accroissement du niveau des services sera élaboré par les équipes au sein du gouvernement, y compris le SDC, et en consultation directe avec l'industrie concernée. Le gouvernement continuera à appuyer tous les autres marchés et secteurs.

Finalement, dans l'ensemble du gouvernement, l'appui financier au DCI sera concentré sur les petites entreprises, définies comme ayant des ventes d'une valeur de 10 millions \$ ou moins, ou employant 100 employés ou moins, et pour lesquelles cette aide aurait un effet décisif.

Au moment de l'impression, Mme Lisa Rice appartenait à la Direction de la planification stratégique du Service des délégués commerciaux (TFX).