

LES IMPORTATEURS À L'HONNEUR

PAR Anna
McCormick

Nous avons

tendance

à oublier

l'un de ses

rouages

essentiels :

l'importateur.

Le commerce se fait toujours dans les deux sens. Nous avons tendance à oublier l'un de ses rouages essentiels : l'importateur. La plupart des exportateurs admettent, bien qu'avec une certaine réticence parfois, que les exportations sont souvent rendues possibles grâce aux efforts d'un importateur compétent et dévoué. Pourtant, alors que le Ministère a instauré un programme pour repérer et mettre en évidence les exportateurs, les importateurs demeurent souvent dans l'ombre. Pendant qu'il était CDM à Athènes, Ernest Hébert était préoccupé par cette situation. Il a donc mis sur pied un instrument novateur lui permettant de remercier les importateurs grecs de produits canadiens : il a fondé les Prix de l'entreprise canadienne pour les importateurs (PECI). S'inspirant de la tradition olympique très ancienne, il a créé trois prix : or, argent et bronze.

Le but des PECI est de souligner la contribution de l'importateur dans la promotion des produits canadiens. En effet, cet intermédiaire permet non seulement d'accroître les exportations, mais aussi de mieux faire connaître notre pays en tant qu'intervenant important sur la scène internationale. Ces prix ont remporté un tel succès qu'Ernest Hébert les a implantés au Danemark lorsqu'il a été envoyé à Copenhague. Toutes les personnes qui ont participé à la mise en oeuvre des prix depuis leur création il y a cinq ans (Stuart McDowall, Greg Goldhawk, John Grantham et Guy Cadieux) s'entendent pour dire qu'ils ont été fructueux et utiles. Depuis, d'autres se sont inspirés de l'idée d'Ernest Hébert.

À l'intention des postes qui envisagent de mettre sur pied leurs propres PECI, voici les ingrédients de ce succès :

- 1 Pour assurer une certaine constance et éviter de froisser l'amour-propre de ceux qui ne remportent pas de prix, il faut établir des critères de sélection et conserver des dossiers détaillés sur les gagnants et les raisons pour lesquelles ils ont été choisis.
- 2 Il est inutile d'établir des distinctions

complexes entre les différents types de prix : l'essentiel, c'est que le Canada reconnaît officiellement les importateurs méritants.

- 3 Les prix proprement dits peuvent refléter les traditions locales (comme en Grèce), avec une médaille d'or, un plateau d'argent et une plaque en bronze, ou avoir une «saveur canadienne» (comme à Copenhague). Il peut s'agir, par exemple, d'un certificat avec un sceau doré accompagné d'une bouteille de ce qui se fait de mieux au Canada. Quel que soit le thème choisi, il faut s'assurer que les inscriptions qui figurent sur le prix soient dans la langue du pays d'accueil.
- 4 L'événement organisé pour la remise des prix est un ingrédient important. Cet événement n'a pas besoin d'être sophistiqué. La liste des invités est capitale. En plus des représentants appropriés du gouvernement du pays d'accueil et de la presse, il faut inciter les gagnants à inviter leurs meilleurs clients et leurs principaux contacts. Une invitation à un événement aussi prestigieux est un moyen pour les importateurs de remercier leurs clients pour leur loyauté. La couverture dans la presse permet de faire la publicité du travail du poste et met les importateurs gagnants en évidence dans leur propre pays, ce qui est aussi un moyen d'accroître leur notoriété. Le Canada, en honorant des citoyens locaux, consolide ses relations commerciales avec le pays d'accueil.
- 5 En combinant les ingrédients, en fonction de votre situation et de votre budget, vous pouvez créer un événement qui honore les importateurs méritants d'une manière qui en fait des amis éternels du Canada. Cela n'en vaut-il pas la peine? Pour en savoir davantage sur les PECI, veuillez communiquer avec Greg à Athènes ou Guy à Copenhague.

Anna McCormick est une consultante en communication chez TOO.