

re**b**âtir

LE NOUVEAU-BRUNSWICK

Développer les marchés mondiaux

Dix mesures pour la création, par l'exportation,
d'un Nouveau-Brunswick plus riche

2013 - 2018



Partenaires dans la *croissance*

New Brunswick
C A N A D A

Développer les marchés mondiaux : Dix mesures pour la création, par l'exportation, d'un Nouveau-Brunswick plus riche 2013-2018

Printemps 2013

Publié par :

Province du Nouveau-Brunswick
C. P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1
CANADA

Imprimé au Nouveau-Brunswick

ISBN 978-1-4605-0038-5

9212

Développer les marchés mondiaux

Dix mesures pour la création, par l'exportation,
d'un Nouveau-Brunswick plus riche

2013 - 2018

Table des matières

Résumé	1
1. L'impératif commercial.....	4
2. Le nouveau monde.....	8
3. Notre situation actuelle.....	13
4. Nos orientations futures	21
5. Les moyens que nous prendrons pour y parvenir	29
6. Résultats et mesures.....	41

Résumé

Le commerce joue un rôle important dans l'économie du Nouveau-Brunswick et constitue l'une des pierres angulaires de son plan d'ensemble pour la promotion d'une plus grande prospérité dans la province. Selon le plan d'action de développement économique provincial **Partenaires dans la croissance**, cette prospérité future doit prendre appui sur les forces de la province et celles de sa population.

Le plan reconnaît que les Néo-Brunswickois innoveront et uniront leurs forces pour accroître la valeur des industries traditionnelles, y compris celles des produits forestiers et de l'agriculture. Il cerne six secteurs stratégiques, dont les technologies de l'information et des communications, qui semblent prêts à croître à partir de solides assises : les gens de la province et leurs capacités.

Le plan de croissance provincial comprend également un ambitieux programme de renouvellement du gouvernement, par lequel on prévoit soutenir la croissance économique dans les régions en transférant le pouvoir décisionnel vers tous les coins du Nouveau-Brunswick et en mettant à profit le leadership local.

Au cœur même du plan se trouvent la profonde affection portée par les Néo-Brunswickois à leur province et leur volonté de jouer un rôle dans sa



réussite économique. La présente stratégie reconnaît que l'accroissement du commerce d'exportation est essentiel à l'élaboration d'une voie vers une croissance soutenue en présence de profonds changements économiques.

Développer les marchés mondiaux définit des mesures visant à faire augmenter les exportations. Ce faisant, il reprend les trois objectifs déjà définis dans **Partenaires dans la croissance** :

1. encourager plus d'entreprises à faire une percée dans les marchés d'exportation;
2. mettre l'accent sur les occasions de croissance grâce aux exportations à valeur ajoutée;
3. diversifier les marchés d'exportation des entreprises néo-brunswickoises.

La stratégie employée pour atteindre ces objectifs doit impérativement tenir compte de l'environnement commercial mondial changeant et des occasions et défis qu'il présente pour les exportateurs du Nouveau-Brunswick. Elle dépend d'entreprises néo-brunswickoises innovatrices assez audacieuses pour assumer des risques et récolter le fruit de leurs efforts, une vente à la fois.

Les résultats commerciaux actuels du Nouveau-Brunswick constituent un solide point de départ pour la croissance des exportations. La province demeure en effet première exportatrice parmi les provinces de l'Atlantique, présentant aussi le sixième volume d'exportations en importance parmi les provinces et territoires canadiens. Les sociétés exportatrices néo-brunswickoises sont nombreuses, et leur clientèle, internationale.

Parallèlement, le pétrole et les ressources représentent une grande partie des échanges commerciaux du Nouveau-Brunswick, concentrés sur le marché américain. Au cours des 10 dernières années, l'augmentation des exportations dans les secteurs autres que l'énergie et du nombre de sociétés exportatrices est demeurée restreinte.

Les réussites antérieures du Nouveau-Brunswick dans l'exportation d'énergie constituent la force sous-jacente de la province. Les avantages concurrentiels qui font grimper les ventes de produits à base de ressources naturelles le placent aussi en bonne position pour une augmentation des ventes dans d'autres secteurs.

Ces avantages comprennent l'accès aux marchés mondiaux et un secteur des affaires de plus en plus entrepreneurial axé sur la croissance. Géographiquement, le Nouveau-Brunswick se trouve à proximité des marchés américains, qui demeurent lucratifs. Sa situation côtière permet à nos exportateurs d'accéder au monde grâce à des routes de navigation bien développées.

Vers l'avant

Développer les marchés mondiaux esquisse un plan structuré et détaillé pour la réussite qui tient compte des secteurs de croissance prioritaires de la province et de ses industries de base traditionnelles. Fruit d'une recherche poussée et de la collaboration avec les entreprises qui en garantiront le succès, ce plan divise les marchés stratégiques en trois segments, selon leurs antécédents commerciaux, leur emplacement et leur accessibilité :

1. les marchés traditionnels;
2. les marchés en développement;
3. les marchés émergents.

Cette stratégie regroupe aussi les entreprises du Nouveau-Brunswick en trois segments, qui serviront de base à la mise sur pied d'un soutien stratégique adapté aux besoins de chacune :

1. les exportateurs potentiels;
2. les petits et moyens exportateurs;
3. les grands exportateurs.

Développer les marchés mondiaux reconnaît que, pour réussir, nous devons travailler ensemble. Gouvernement, entreprises et organismes de soutien doivent s'associer, collaborer et coordonner leurs efforts.

Au cours des cinq prochaines années, 10 mesures seront adoptées pour faire croître l'économie d'exportation néo-brunswickoise. Faisant suite à la contribution de l'industrie et des partenaires, ces 10 mesures appuieront les exportateurs actuels et inciteront de nouvelles entreprises à se lancer dans l'exportation. Ces livrables concrets mèneront à la réussite en matière d'exportation tandis que nous travaillons ensemble à **développer les marchés mondiaux**.

Les 10 mesures en question sont les suivantes :

1. élaborer un plan de marketing et de communications pour l'exportation;
2. passer à un modèle de soutien relevant de gestionnaires de compte;
3. mettre en œuvre une série de formations en exportation;
4. donner de l'information et des conseils relatifs à l'exportation;
5. mettre les acheteurs en contact avec les vendeurs;
6. mettre à profit les infrastructures de transport;
7. établir une unité de préparation à l'exportation;
8. mobiliser les grands exportateurs;
9. promouvoir la collaboration entre les partenaires;
10. refaçonner les programmes d'aide.

1. L'impératif commercial

Le Nouveau-Brunswick jouit, grâce au commerce, d'une longue et glorieuse tradition de prospérité. Des ressources abondantes dont l'exploitation, à l'époque coloniale, était rendue possible par le superbe réseau hydrographique de la province transitent maintenant par des ports, des autoroutes, des voies ferrées, des aéroports et des réseaux de télécommunications de classe mondiale.

La richesse naturelle du Nouveau-Brunswick a mené au développement d'une économie fondée sur d'importantes industries primaires. Au cours des dernières années, cependant, l'économie s'est beaucoup diversifiée. Le secteur manufacturier a pris de l'essor, devenant la principale industrie et la principale source d'exportations de la province. Un secteur des services en expansion, fondé sur l'innovation et le savoir-faire des spécialistes, contribue à un meilleur équilibre et à une plus grande diversité. Le secteur des technologies de l'information et des communications, quant à lui, a enregistré une croissance impressionnante dans la province grâce à des partenariats créatifs associant entrepreneurs, universités, gouvernements et investisseurs en capital-risque.

Le Nouveau-Brunswick profite en permanence des avantages d'une économie axée sur le commerce. Tandis que les industries de la province se développaient, les exportations se sont maintenues avant de croître encore davantage grâce à l'extraordinaire succès international de ses plus



importantes entreprises. Aujourd'hui, avec des exportations et des expéditions interprovinciales totalisant, année après année, près de 80 pour cent du PIB, le Nouveau-Brunswick est le plus grand exportateur parmi les provinces et les territoires canadiens.

Au même moment, l'économie du commerce international se métamorphose. À l'échelle de la planète, les modes de production traditionnels et la structure classique des échanges connaissent des changements transformationnels. La mondialisation élimine les obstacles et génère une croissance démesurée dans les mouvements transfrontaliers de biens, de services et de capitaux. De puissantes nouvelles économies mondiales voient le jour. La technologie exerce une incidence spectaculaire sur le rythme des affaires et la manière dont elles sont pratiquées. Les possibilités s'accroissent à mesure que le volume des échanges mondiaux continue d'augmenter. Cependant, dans ce paysage en constant changement, ce sont de plus en plus les gens les mieux disposés à s'adapter au nouvel ordre des choses et possédant les moyens de le faire qui sont récompensés.

Aujourd'hui, le Nouveau-Brunswick se trouve véritablement à la croisée des chemins, devant impérativement s'engager sur une voie qui lui permettra de préserver sa situation de province commerçante prospère et d'améliorer sa compétitivité dans le nouvel environnement d'affaires mondial. Pour ce faire, la province doit délibérément et stratégiquement repositionner ses efforts à l'égard des exportateurs qui, pour pouvoir saisir les occasions d'affaires qui s'offrent à eux sur les marchés mondiaux, doivent tous relever au quotidien les défis s'y rattachant. Dans cette entreprise, notre province se doit de réussir – et elle réussira. Sa population et son gouvernement continueront de faire preuve d'initiative et de manifester la détermination et les compétences qui ont fait du Nouveau-Brunswick la première province exportatrice au Canada.

1.1 Importance économique

L'exportation est essentielle à l'économie du Nouveau-Brunswick. Elle génère des capitaux et stimule l'investissement, l'emploi et la croissance. Selon des recherches fédérales, chaque million de dollars en exportations permettrait le maintien de six emplois à temps plein.

Les sociétés exportatrices sont par ailleurs plus susceptibles d'investir dans la recherche et le développement, versent des salaires plus élevés et génèrent davantage de recettes fiscales que celles dont les activités se restreignent au marché intérieur. Les exportateurs sont les principaux employeurs de diplômés universitaires et aident au recrutement et au maintien en poste de Néo-Brunswickois qualifiés. Les entreprises du Nouveau-Brunswick actives

sur les marchés étrangers jouent un rôle de premier plan dans la préservation de l'image de marque internationale de la province. Elles posent les jalons de la réussite progressive pour de nouvelles firmes en maintenant la réputation d'excellence que s'est taillée le Nouveau-Brunswick pour ses produits et services.

Une économie axée sur l'exportation peut inciter les entreprises à travailler ensemble, engendrer la création de sociétés dérivées et constituer un contexte plus invitant pour d'éventuels investissements étrangers directs. Elle peut par ailleurs – et c'est peut-être là le plus important – inculquer des attitudes qui motiveront un plus grand nombre d'entrepreneurs à se lancer dans l'exportation, tout en encourageant ceux qui s'y adonnent déjà à tirer plus énergiquement parti des occasions d'affaires internationales qui se présentent à eux et des nouveaux marchés.

1.2 Avantages pour les entreprises

L'étendue limitée du marché néo-brunswickois limite le potentiel de croissance de nombreuses entreprises de la province et peut empêcher la réalisation d'économies d'échelle et d'avantages concurrentiels sur le plan des coûts. Un grand nombre de petites entreprises cherchant à augmenter leurs ventes peuvent le plus souvent y parvenir par la mise au point de stratégies de commerce électronique fondées sur l'exportation ou l'élargissement de leurs efforts de vente aux marchés environnants, particulièrement à ceux des provinces voisines.

Avantages associés à l'exportation

- Étend les réseaux de contacts
- Élargit l'offre de produits et de services
- Résiste à la morosité des marchés
- Prolonge le cycle de vie des produits
- Améliore la compétitivité
- Stimule l'innovation
- Attire de nouveaux clients
- Rehausse la productivité

L'exportation comporte de nombreux avantages. Elle peut contribuer de manière importante aux revenus, à la productivité, à la résilience, à la rentabilité et à la pérennité d'une entreprise. Elle peut aussi aider à atténuer les risques associés à une dépendance exclusive au marché intérieur. Les ventes internationales s'accompagnent souvent du développement de produits et de l'adoption de nouvelles technologies, de l'amélioration de l'efficacité de production, de l'obtention de certifications ou de l'adhésion à des normes de qualité aux fins de renforcement de l'entreprise.

Aller au-delà du marché intérieur signifie acquérir de nouvelles connaissances qui amélioreront les compétences et les capacités, favoriseront une recherche plus poussée et stimuleront l'innovation.

Ensemble, ces avantages peuvent contribuer à renforcer les entreprises, à les rendre plus compétitives et à améliorer leur positionnement pour permettre la constitution d'une masse critique et la réalisation de bénéfices à long terme.

1.3 Un facteur des objectifs de développement économique

Dans *Partenaires dans la croissance*, le plan d'action de développement économique du Nouveau-Brunswick, le gouvernement provincial définit clairement la voie à suivre pour favoriser et stimuler une économie prospère. Le commerce international est une pierre angulaire de la vision, des objectifs et du plan d'action sous-jacents à la stratégie. Il revêt une importance capitale pour les six secteurs de croissance prioritaires de la province comme pour ses industries de base traditionnelles, à savoir les mines, le pétrole et le gaz, la foresterie, l'agriculture, les pêches et l'aquaculture ainsi que le tourisme.

Partenaires dans la croissance souligne les nombreux avantages générateurs de richesse du commerce et stipule que ce sont les entreprises, et non les gouvernements, qui doivent accroître les ventes à l'exportation dont ils découlent. Le plan conclut toutefois que le gouvernement est un partenaire important qui doit contribuer à l'augmentation du nombre d'exportateurs au Nouveau-Brunswick et à leur diversité en facilitant leur création.

1.4 Plan opérationnel

Développer les marchés mondiaux dresse un plan opérationnel pour l'atteinte de ces objectifs. Il le fait sur le fondement d'une nouvelle stratégie de développement de l'exportation, elle-même fondée sur la compréhension des forces et faiblesses du Nouveau-Brunswick en matière d'exportation, du nouvel environnement commercial mondial, des travaux complémentaires de nos partenaires gouvernementaux et des besoins critiques de nos exportateurs. Il explique comment nous atteindrons nos objectifs en usant intelligemment de nos compétences et de nos ressources, et définit enfin les moyens que nous emploierons pour mesurer le progrès.

2. Le nouveau monde

Le domaine des affaires change. La mondialisation est aujourd'hui une caractéristique qui domine l'échange de biens et d'idées. Elle a mené à une intégration sans précédent de l'économie, des finances, du commerce et des communications, qui a fait en sorte de rendre le monde de plus en plus petit pour le commerce.

La mondialisation est menée par les politiques et les technologies. Les gouvernements ouvrent de plus en plus leur économie au commerce international, souvent en réduisant les obstacles au commerce et en concluant de nouvelles ententes visant à encourager le commerce international. Les progrès des infrastructures de télécommunications et la croissance généralisée d'Internet facilitent la communication et les affaires à l'international. Les consommateurs, les investisseurs et les entreprises possèdent de nouveaux outils pour chercher des possibilités économiques. Les liens et l'interdépendance entre les marchés et les fournisseurs à l'échelle planétaire prennent de l'ampleur de plus en plus rapidement.

Ainsi, non seulement les occasions sont de plus en plus nombreuses, mais la concurrence s'accroît à mesure que la mondialisation devient un élément



central de l'ère moderne. Les entreprises du Nouveau-Brunswick doivent chercher à réussir dans des marchés mondiaux en croissance, et ce, dans un monde de plus en plus complexe.

rebâtir
LE NOUVEAU-BRUNSWICK

Partenaires dans la croissance

Objectifs en matière de croissance des exportations

- 1. Encourager plus d'entreprises à faire une percée dans les marchés d'exportation**
- 2. Mettre l'accent sur les occasions de croissance grâce aux exportations à valeur ajoutée**
- 3. Diversifier les marchés d'exportation des entreprises néo-brunswickoises**

2.1 Paysage complexe

Les exportateurs qui font face aux mécanismes dynamiques du commerce international doivent prendre beaucoup d'éléments en considération. Ils doivent toujours être attentifs aux facteurs tels que le taux de change, les conditions économiques, les tarifs et d'autres éléments liés au marché ainsi qu'à leur évolution au fil du temps.

Les exportateurs avisés doivent également réagir aux vastes développements qui transforment maintenant le paysage du commerce international, qui s'étendent au-delà des tendances et qui constituent des changements structurels dans la façon de faire des affaires à l'international. Les changements fondamentaux survenus sur le plan de la démographie, de l'émergence de nouveaux pouvoirs économiques et de l'incidence considérable de l'innovation sont à la base de ces développements.

Le contexte du commerce international a évolué au fil des ans et a toujours reflété l'air du temps. Il est maintenant essentiel que les entreprises et le gouvernement reconnaissent le nouveau paysage et les nouvelles stratégies de positionnement en conséquence. Voici six réalités que le Nouveau-Brunswick doit prendre en considération pour tracer la voie de l'avenir.

1. Structure commerciale en évolution

L'abondance de nouveaux produits, la diversification des sources d'approvisionnement en matériel et en composants, les nouvelles approches de gestion des stocks et les innovations sur le plan du transport continuent à façonner le commerce. Parallèlement, le secteur des services devance celui des biens dans le commerce international, surtout dans les domaines financier et professionnel ainsi que des communications et des affaires. La dynamique de l'ère moderne offre de nombreuses possibilités aux exportateurs et leur pose beaucoup de défis.

2. Chaînes de valeur mondiales

Les chaînes de valeur mondiales sont devenues un élément dominant du commerce international. Elles comprennent toutes les activités menées depuis la conception d'un produit ou d'un service jusqu'au moment où il est offert au client, et définissent la façon dont la valeur est créée à chaque étape. Les chaînes de valeur mondiales comprennent souvent des activités très dispersées menées grâce à une vaste collaboration entre des groupes d'entreprises et permettent aux entreprises de se concentrer sur leurs forces en ayant recours à des partenaires pour combler leurs faiblesses.

Les exportateurs qui comprennent la façon dont ils peuvent faire leur place dans les structures des chaînes de valeur mondiales de leur industrie possèdent un net avantage concurrentiel.

3. Accords de libre-échange

Les accords de libre-échange prolifèrent depuis quelques années, et ils deviennent de plus en plus importants et complets et s'étendent à des pays de plus en plus éloignés. Le Canada négocie, signe et met en oeuvre des accords de libre-échange depuis plus de 20 ans. La province compte plusieurs accords conclus, en attente ou en négociation avec différentes nations et régions. Les accords de libre-échange peuvent aider les exportateurs du Nouveau-Brunswick à obtenir des possibilités

d'affaires par la réduction ou l'abolition des tarifs applicables aux produits, l'ouverture de nouvelles portes aux fournisseurs de services et l'obtention d'un meilleur accès aux marchés que les concurrents des autres pays.

4. Main-d'œuvre mondiale

On prévoit une croissance importante de la population mondiale, mais dans de nombreux pays, le rythme des changements démographiques mène à une diminution rapide de la population en âge de travailler, ce qui crée un écart de plus en plus important entre les compétences requises et les talents disponibles. Ainsi, les employeurs du monde entier éprouvent de la difficulté à attirer des employés détenant les compétences essentielles exigées par l'économie mondiale, défi qui est exacerbé par la nature de plus en plus nomade du réservoir de main-d'œuvre. Le fait d'offrir une bonne éducation et des possibilités d'emploi qui attireront et retiendront le talent au Nouveau-Brunswick sera très payant pour l'avenir.

5. Économie sur Internet

Plus que jamais auparavant, Internet permet de faire des affaires rapidement, efficacement et à moindre coût et de mettre en lien les entreprises et les gens. Il continue à pénétrer tous les domaines économiques, il a une portée internationale par nature et il est disponible 24 heures sur 24, sept jours sur sept. En effet, une importante économie sur Internet a vu le jour et permet d'acheter, de vendre, d'offrir des services aux clients et de collaborer avec des partenaires d'une façon qu'il était impossible d'imaginer il y a à peine 20 ans. Les médias sociaux offrent de nouveaux moyens de communication influents et donnent à bon nombre d'exportateurs innovateurs un net avantage concurrentiel. Tout organisme gouvernemental ou toute entreprise d'exportation avant-gardiste souhaitant atteindre les marchés internationaux se doit d'être bien présent sur Internet et dans les médias sociaux. Cette présence doit viser à construire une collectivité autour des entreprises du Nouveau-Brunswick afin que des acteurs de partout sur la planète trouvent des acheteurs à qui parler et avec qui faire des affaires.

6. Normes et certifications

La mondialisation s'est accompagnée d'une augmentation du nombre de normes et de certifications, qui limitent souvent

l'admissibilité au marché des biens ou des services pour les exportateurs et qui sont parfois décrites comme des obstacles au commerce. D'un autre côté, elles assurent la sécurité, la qualité et la conformité pour l'utilisateur final, tandis que les processus de vérification de la conformité font en sorte de rendre les exportateurs plus forts et plus résistants. Les entreprises qui se dotent de normes et de certifications ont un avantage concurrentiel clair pour chercher des débouchés ou des alliances stratégiques ou encore pour participer aux chaînes de valeur mondiales.

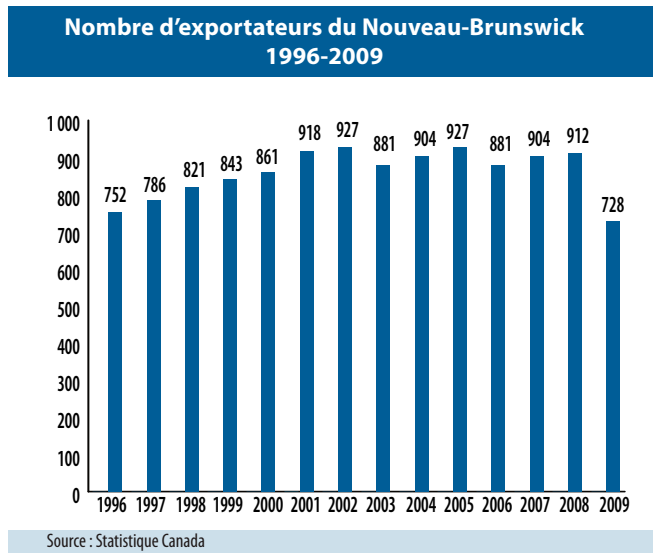
3. Notre situation actuelle

Les entreprises du Nouveau-Brunswick ont un excellent dossier en matière d'exportation. Nos récents résultats d'exportation montrent que des mesures visant à diversifier notre base d'exportation devraient faire croître davantage les ventes à l'exportation.

Parmi les éléments positifs, nos grands exportateurs d'énergie et de produits chimiques ont connu du succès dans une économie mondiale compétitive. En effet, les grandes entreprises consolidées ont tracé la voie dans des marchés d'exportation difficiles. Nos grandes entreprises consolidées constituent un exemple de réussite en elles-mêmes.

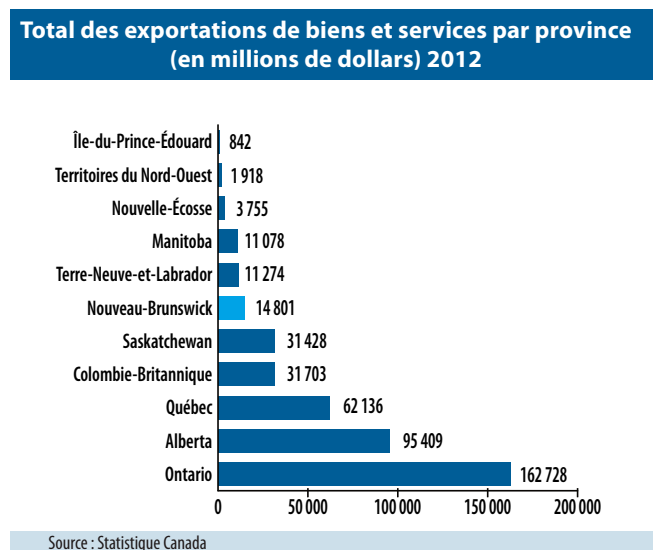
Nous devons augmenter le nombre d'entreprises exportatrices dans la province. En même temps, le Nouveau-Brunswick doit diversifier sa base d'exportation. Aujourd'hui, la province demeure trop dépendante des ventes d'énergie vers le marché américain. Comme le précise le présent rapport, le gouvernement a parmi ses priorités le fait d'encourager la diversification des ventes à l'exportation. Ce rapport présente les mesures permettant d'atteindre cet objectif, afin de tracer la voie vers une plus grande prospérité.



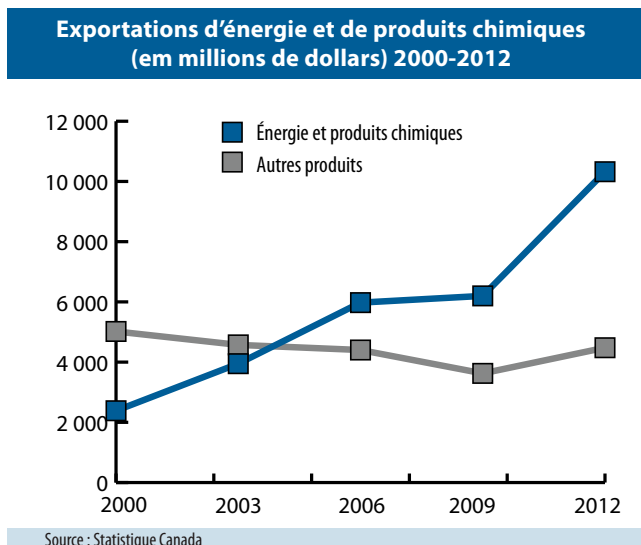


3.1 Nos exportations

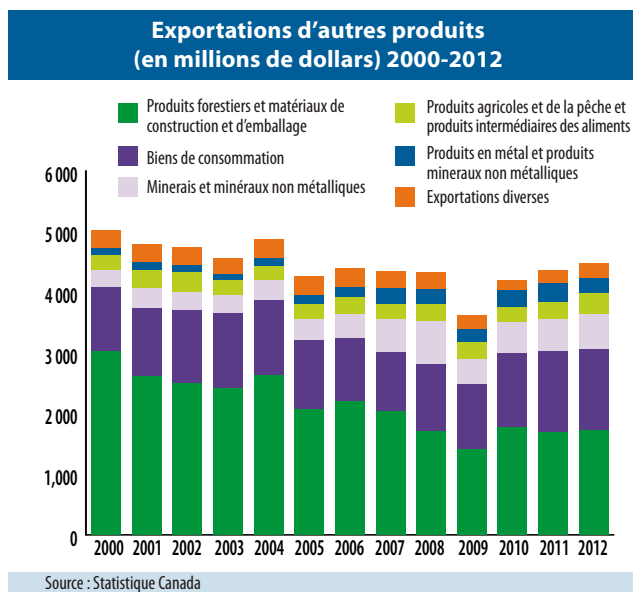
Les statistiques d'exportation du Nouveau-Brunswick dressent deux tableaux bien différents. Le volume d'ensemble des exportations de marchandise a augmenté considérablement au cours des dernières années, plaçant le Nouveau-Brunswick au sixième rang des exportateurs parmi les 10 provinces canadiennes. Lorsqu'on mesure les exportations en pourcentage du PIB, le Nouveau-Brunswick est aussi le plus grand exportateur du Canada.



La croissance des exportations du Nouveau-Brunswick est en majeure partie attribuable aux exportations d'énergie et de produits chimiques, mais cette tendance masque une baisse générale des autres exportations dans les autres secteurs de l'industrie depuis l'année 2000.



Les exportations d'autres produits du Nouveau-Brunswick sont toujours dominées par les envois des industries traditionnelles comme la foresterie, les produits de consommation, l'agriculture et les fruits de mer.



Une analyse plus approfondie des secteurs des autres exportations montre que le résultat des exportations dans certaines catégories en particulier au cours d'une période de 10 ans a été partagé. Les produits forestiers ont connu les plus grands défis, mais il y a eu de la croissance dans les produits à la consommation, les produits alimentaires et plusieurs secteurs manufacturiers.

Les secteurs de l'énergie, des produits chimiques et des mines sont un moteur important de l'avenir économique et de la prospérité du Nouveau-Brunswick et continueront à l'être. Les actifs énergétiques du Nouveau-Brunswick sont en bonne situation pour aider notre province à se diriger vers une plus grande prospérité et une plus grande diversité économique. En réalité, selon l'*Atlantic Report* (2011) du Conseil économique des provinces de l'Atlantique (CEPA), le secteur de l'énergie a pris de l'ampleur au point de devenir le plus important groupe d'industries du Canada atlantique. De plus, la production minérale du Nouveau-Brunswick a atteint une valeur de 1,31 milliard de dollars en 2011, et le secteur minéral emploie directement 3400 personnes.

Un pourcentage de plus en plus important des exportations du Nouveau-Brunswick est attribuable aux secteurs de l'énergie et des mines, qui sont considérés comme des éléments essentiels à l'atteinte de nos objectifs de développement économique à long terme. L'engagement du gouvernement à développer ces secteurs, y compris l'objectif consistant à poursuivre le développement à valeur ajoutée du marché d'exportation et du marché interne ainsi qu'à chercher des possibilités de diversification, sera mis en évidence dans trois documents de politique clés, soit le *Plan directeur de l'énergie du Nouveau-Brunswick* (publié en 2011), le *Plan directeur pour le pétrole et le gaz du Nouveau-Brunswick* (publié au printemps 2013) et le *Plan directeur pour les mines du Nouveau-Brunswick* (prévu pour 2014). L'objectif consiste à gérer nos ressources naturelles, nos actifs énergétiques et notre emplacement géographique stratégique de façon à établir des partenariats régionaux durables et à tirer profit avec succès des nouvelles possibilités économiques. Le Nouveau-Brunswick est un passage naturel qui permet aux entreprises et aux consommateurs de s'approvisionner en énergie de façon propre et sûre. En effet, la province est un corridor stratégique entre le Québec, le Canada atlantique et le nord-est des États-Unis ainsi qu'un point d'accès sur la côte Est pour les exportations de pétrole, de gaz naturel et de minéraux vers l'océan Atlantique et plus loin encore.

Le potentiel d'exportation lié à l'énergie comprend également les possibilités de développer davantage le réseau de pipeline du Canada qui s'étend de l'ouest vers l'est et d'en augmenter la capacité, en plus de faire du Nouveau-Brunswick un terminal d'exportation stratégique sur la côte Est pour le pétrole brut, les produits pétroliers raffinés et le gaz naturel. Le

Nouveau-Brunswick pourrait aussi exploiter son gaz naturel de schiste, ce qui pourrait avoir une incidence importante sur le potentiel de développement des exportations d'énergie de la province si la viabilité commerciale du produit est confirmée.

Les technologies d'énergie propre et les services liés aux mines offrent des possibilités aux exportateurs du Nouveau-Brunswick. Les entrepreneurs de la province ont connu du succès dans les marchés mondiaux en croissance sur le plan de l'exploration minière spécialisée, du forage, de la construction, de la fabrication et d'autres activités liées aux services.

3.2. Nos marchés



Chaque année, le Nouveau-Brunswick exporte des biens et des services dans plus de 150 pays.

Au cours de la période s'étendant de 2002 à 2011, environ 87 pour cent des exportations totales de marchandises du Nouveau-Brunswick ont été effectuées vers les États-Unis. Toutefois, si on retire les exportations de produits pétroliers du calcul, la proportion d'exportations vers les États-Unis chute à 75 pour cent, ce qui est très près de la moyenne canadienne. Ainsi, la province serait beaucoup moins dépendante du marché américain que ne l'indiquent les résultats combinés.

Les exportations de produits pétroliers minimisent aussi l'importance relative de nombreux marchés autres que les États-Unis. En 2011, les statistiques du commerce extérieur ont permis d'établir que les Pays-Bas sont le deuxième

marché en importance du Nouveau-Brunswick; toutefois, presque tous les produits exportés étaient des produits du pétrole. Si on retire les produits pétroliers de l'analyse, le Brésil, la Chine, la Turquie et l'Indonésie ont été les plus importants marchés en 2011 après les États-Unis, mais chacun de ces pays ne représentait qu'environ un pour cent des exportations totales.

Le Brésil, la Chine, l'Inde, l'Indonésie et la Thaïlande sont les pays où les exportations de marchandises provenant du Nouveau-Brunswick ont le plus augmenté au cours des dernières années. Aucun pays ni aucune zone géographique n'est demeuré le deuxième marché en importance, derrière les États-Unis, pour les produits du Nouveau-Brunswick.

3.3 Nos forces

Le Nouveau-Brunswick possède beaucoup d'avantages importants sur le plan du commerce. Ces forces nous permettent de rivaliser sur la scène mondiale et de récolter des bénéfices pour la province et ses exportateurs :

- ressources naturelles abondantes;
- services et infrastructures de télécommunications de pointe;
- main-d'œuvre instruite;
- taux d'imposition des sociétés concurrentiels;



- accès aux marchés mondiaux;
- capacité bilingue en anglais et en français;
- coûts d'exploitation généraux concurrentiels;
- secteur du capital de risque fructueux qui alimente la croissance du secteur des technologies de l'information et des communications;
- infrastructures logistiques routière, ferroviaire, aérienne et maritime;
- divers établissements postsecondaires et établissements de recherche axés sur le marché;
- plus bas coûts énergétiques du Canada atlantique.

3.4 Nos défis

L'environnement économique du Nouveau-Brunswick comporte également des défis importants, puisque la province se remet d'un ralentissement mondial et cherche à obtenir de nouveaux projets d'investissement ainsi qu'à tracer la voie à une croissance continue. Ces défis sont à la base des objectifs et des thèmes stratégiques de *Développer les marchés mondiaux* et sont abordés au moyen d'un plan d'action en 10 points. Voici certains des enjeux les plus importants pour les exportateurs ainsi que pour *développer les marchés mondiaux* :

- petits marchés intérieurs;
- petites entreprises possédant peu de ressources à investir dans l'expansion du commerce;
- soutien de l'industrie divisé parmi de nombreux partenaires à différents échelons du gouvernement;
- faible visibilité dans les marchés mondiaux;
- peu de connaissance des avantages de l'exportation;
- intensification de la concurrence;
- hausse de la valeur de la devise;
- augmentation du coût de la main-d'oeuvre;
- lente reprise dans les principaux marchés.

3.5 Nos partenaires

De nombreux organismes se partagent la mission de rebâtir l'économie du Nouveau-Brunswick au moyen de programmes et de ressources visant à contribuer à rendre les entreprises plus concurrentielles. Les exportateurs de la province sont des clients communs des ministères et des organismes gouvernementaux, des associations industrielles, des formateurs, des gestionnaires des infrastructures de transport et d'autres organismes des secteurs public et privé. L'aide aux exportateurs de la province est donc une tâche où la collaboration compte pour beaucoup.

Cet effort commun sera essentiel pour mettre en œuvre efficacement **Développer les marchés mondiaux**. Voici les principaux partenaires de prestation de services qui appuient les entreprises du Nouveau-Brunswick :

- Agriculture et Agroalimentaire Canada;
- Agence de promotion économique du Canada atlantique;
- Banque de développement du Canada;
- Corporation commerciale canadienne;
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international;
- Exportation et Développement Canada;
- Industrie Canada;
- Ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture du Nouveau-Brunswick;
- Ministère du Développement économique du Nouveau-Brunswick;
- Bureau du Conseil exécutif du Nouveau-Brunswick – Direction des affaires intergouvernementales.



4. Nos orientations futures

Il existe une occasion fondamentale de convertir le pouvoir d'achat du marché mondial en emplois, en croissance économique et en prospérité pour le Nouveau-Brunswick. Bien que le commerce international comporte son lot de défis, la province est bien positionnée et possède d'importantes forces pour accroître ses exportations sur le marché mondial.

Pour ne pas perdre de vue les objectifs ultimes, il est essentiel de se doter d'un plan stratégique. À cet égard, **Développer les marchés mondiaux** est directement tourné vers l'avenir et établit :

- une orientation pour les cinq prochaines années;
- un cadre d'action;
- des manières d'informer, de motiver et de mobiliser les entreprises et les partenaires;
- un mécanisme de référencement et de surveillance du rendement.

Un changement fondamental est nécessaire afin que le Nouveau-Brunswick puisse réaliser son potentiel d'affaires international. Il s'agira d'une mission continue à long terme. **Développer les marchés mondiaux** vise



essentiellement à stimuler la croissance en renforçant les fondements du commerce. Il existe au Nouveau-Brunswick une solide base d'exportations; la stratégie l'utilisera comme assise et contribuera à son expansion pour appuyer la croissance de l'exportation dans l'économie provinciale.

4.1 Objectifs stratégiques

Les objectifs d'accroissement des exportations du Nouveau-Brunswick définis dans **Partenaires dans la croissance** sont fondamentaux au plan d'action décrit dans la présente stratégie.

1. Encourager plus d'entreprises à faire une percée dans les marchés d'exportation

Il sera essentiel de travailler individuellement avec les sociétés du Nouveau-Brunswick, en commençant par repérer les entreprises et entrepreneurs les mieux placés pour tirer profit des possibilités d'exportation avant d'entreprendre une série d'étapes visant à les évaluer, à les motiver, à contribuer à leur développement et à les soutenir afin qu'ils connaissent le succès à l'étranger pour attirer les ventes.

2. Mettre l'accent sur les occasions de croissance grâce aux exportations à valeur ajoutée

Mobiliser les exportateurs du Nouveau-Brunswick pour accroître la valeur des biens et des services exportés nécessitera une éducation et l'exploration des différentes options possibles, ainsi qu'une certaine expertise et un soutien financier. Le développement de produits, l'innovation, la commercialisation rapide de la recherche, le marketing et l'acquisition de nouveaux investissements et de nouvelles compétences sont d'importants secteurs sur lesquels nous concentrerons nos efforts.

3. Diversifier les marchés d'exportation des entreprises néo-brunswickoises

Pour de nombreux exportateurs, s'éloigner des marchés bien établis du Canada et des États-Unis est difficile. Notre rôle consistera donc à promouvoir les avantages de nouveaux marchés en cernant systématiquement les meilleures options pour les exportateurs et en facilitant l'accès à ces marchés par des contacts et des pistes sur les acheteurs potentiels, par l'éducation et par des initiatives de marché.

4.2 Secteurs stratégiques

Partenaires dans la croissance souligne les forces des industries de base traditionnelles et cerne six secteurs de croissance prioritaires représentant une part importante du PIB du Nouveau-Brunswick. Chacun de ces secteurs fait l'objet de stratégies indépendantes auxquelles sont associés différents objectifs, points de repère et plans d'action. Chacun constitue aussi un important secteur cible dans le cadre de la stratégie **Développer les marchés mondiaux** :

- les aliments à valeur ajoutée;
- le bois à valeur ajoutée;
- les technologies de l'information et des communications;
- la fabrication industrielle;
- les biosciences;
- l'aérospatiale et la défense.

Développer les marchés mondiaux rappelle que la réussite du Nouveau-Brunswick passe par le développement de tous les aspects de son économie, des secteurs traditionnels comme des secteurs émergents. Ceux que l'on croit destinés à une croissance significative sont mis en évidence :

- les secteurs traditionnels possédant des antécédents éloquentes et un fort potentiel d'évolution;
- les secteurs qui semblent prêts à relever les défis de l'avenir;
- les industries qui peuvent sortir des secteurs traditionnels.

4.3 Marchés stratégiques

Segments de marché stratégiques

- Marchés traditionnels
- Marchés en développement
- Marchés émergents

Le paysage commercial international se compose d'innombrables marchés. Du point de vue du Nouveau-Brunswick, ceux qui présentent le plus grand potentiel peuvent être répartis en trois grands groupes : les marchés traditionnels, les marchés en développement et les marchés émergents.

Ces segments sont bien définis, satisfont les intérêts de la plupart des exportateurs de la province en termes de marché et servent de cadre pour une stratégie de développement des marchés ciblée.

Marchés traditionnels

Au cours de son histoire, le Nouveau-Brunswick a approvisionné ces marchés, qui continuent de consommer la grande majorité des biens et services produits par la province. Il ne fait aucun doute qu'ils demeureront, dans les années à venir, la source de revenus de la plupart des exportateurs du Nouveau-Brunswick.

La proximité de ces marchés contribue à des économies de coûts et à l'efficacité opérationnelle, et ils sont souvent considérés comme les marchés étrangers présentant le moins de risques. De nombreuses entreprises y voient le seul débouché rentable pour les produits et services existants. Il s'agit généralement aussi des marchés de prédilection des nouveaux exportateurs.

Il peut cependant arriver que la familiarité, la proximité et les relations d'affaires développées au fil des ans avec les marchés traditionnels détournent les exportateurs des nouvelles possibilités qui s'offrent à eux sous d'autres horizons, ce qui ne va pas sans risque et limite le potentiel de croissance. Il s'agit par ailleurs d'une préoccupation partagée par tous les ordres de gouvernement au Canada. Le Nouveau-Brunswick continue donc d'appuyer activement les exportateurs dans le développement des marchés traditionnels, mais contrebalance ces initiatives par une série d'activités dirigées de diversification des marchés.

Canada

Les autres provinces canadiennes constituent, dans pratiquement tous les secteurs de l'industrie, d'importants marchés pour les entreprises néo-brunswickoises. Les expéditions interprovinciales représentent plus du tiers du PIB provincial, le plus important marché étant le Québec, suivi de l'Ontario et de la Nouvelle-Écosse. Une devise commune et des transports sans frontières contribuent pour beaucoup à cet état de choses. Les barrières aux échanges intérieurs demeurent cependant, pour de nombreuses entreprises, un obstacle persistant à un plus grand développement du marché intérieur.

États-Unis

Les États-Unis sont la plus importante puissance économique au monde et, par une marge considérable, le plus important marché d'exportation et fournisseur d'importations du Nouveau-Brunswick. En dépit de reculs cycliques et de l'émergence d'autres marchés, leur économie dynamique, avancée sur le plan technologique et axée sur le consommateur

demeure particulièrement attrayante pour les exportateurs de toute la planète. Le Canada est spécialement avantagé par sa frontière commune et l'étroite relation qu'il entretient depuis longtemps avec les États-Unis; il jouit par ailleurs d'un accès prioritaire au marché grâce à l'ALENA. Le Nouveau-Brunswick a quant à lui la chance d'entretenir des liens étroits avec le lucratif marché du Nord-Est américain, par rapport auquel sa situation géographique s'avère aussi stratégique.

Marchés en développement

Aller au-delà des marchés traditionnels peut ouvrir de nouvelles portes et réduire l'exposition à des ralentissements imprévus. De nombreux marchés constituent, pour le Nouveau-Brunswick, des prolongements naturels en raison de son expérience commerciale passée. D'autres résultent de liens culturels, de liaisons de transport, d'accords commerciaux ou de besoins de marchés correspondant aux capacités de la province. Pour les exportateurs cherchant à croître davantage et à se renforcer par la diversification, ces marchés représentent une étape logique.

Un ensemble plus complet de marchés en développement sera évalué lors de la mise en œuvre de *Développer les marchés mondiaux*, à partir des possibilités cernées par les exportateurs néo-brunswickois. Ce processus mènera, au cours de la première année de la stratégie, à un ensemble défini de priorités géographiques et à un programme d'initiatives de développement connexe.

Partenariat transpacifique (PTP)

Cet accord de libre-échange proposé entre l'Australie, Brunéi Darussalam, le Chili, le Canada, la Malaisie, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Pérou, Singapour, les États-Unis et le Vietnam constitue sans doute, pour le Canada, la plus importante négociation commerciale en cours et pourrait potentiellement permettre un accès direct aux marchés du Pacifique. Les responsables des politiques commerciales voient cet accord comme une extension de l'ALENA, qui ouvre la voie à une augmentation du nombre de chaînes d'approvisionnement et à leur élargissement.

Europe

La mosaïque complexe de pays qui composent l'Europe – pays dont les populations combinées totalisent plus de 700 millions de personnes – comprend certaines des économies les plus

dynamiques et les plus avancées du monde. Le PIB collectif de l'Union européenne se compare d'ailleurs à celui des États-Unis. Bien que l'Europe doive composer avec d'importants défis économiques, il existe entre elle et le Nouveau-Brunswick de nombreuses relations personnelles et d'affaires, et l'ambitieux nouvel Accord économique et commercial global (AECG) devrait s'accompagner d'un éventail de nouvelles possibilités commerciales.

Nord-sud

Le commerce nord-sud cadre bien avec les attributs du Nouveau-Brunswick. Il englobe, de l'Arctique aux Caraïbes, un ensemble de petits pays, dont de nombreux états insulaires dépendant pour beaucoup des importations. Les marchés à créneaux, la proximité, la concurrence moins importante et les fuseaux horaires similaires peuvent constituer des caractéristiques attrayantes, particulièrement pour les exportateurs moins expérimentés.

Sous-marchés régionaux américains

Les échanges du Nouveau-Brunswick avec les États-Unis sont concentrés en Nouvelle-Angleterre et au sud du New Jersey. Pour certains exportateurs, d'autres régions des États-Unis offrent des possibilités de développement de marchés réalistes pour des produits ou services existants, n'exigeant que des changements minimales en matière de marketing et de structures de soutien.

Marchés émergents

Un grand nombre de pays, partout autour du globe, connaissent actuellement une croissance et une industrialisation rapides. La Chine, l'Inde et le Brésil, trois des plus importants de ces marchés émergents et trois foyers d'innovation, affirment progressivement leur dominance dans l'économie mondiale. Ils présentent, à ce titre, d'importantes possibilités, dont l'exploitation réussie nécessitera cependant de solides principes de fonctionnement et des efforts soutenus.

Le Nouveau-Brunswick continuera d'aller de l'avant dans son initiative avec la province de Hebei, en Chine, afin de mettre à profit le protocole d'entente signé en 2011. Il collaborera aussi avec ses partenaires de développement pour promouvoir des activités de développement du commerce en Inde et

Économies émergentes

En 2012, le Fonds monétaire international (FMI) a désigné 25 pays comme des « économies émergentes ».

	Argentine
	Brésil
	Bulgarie
	Chili
	Chine
	Estonie
	Hongrie
	Inde
	Indonésie
	Lettonie
	Lituanie
	Malaisie
	Mexique
	Pakistan
	Pérou
	Philippines
	Pologne
	Roumanie
	Russie
	Afrique du Sud
	Thaïlande
	Turquie
	Ukraine
	Venezuela

au Brésil. D'autres économies émergentes susceptibles de présenter des possibilités de créneaux pour le Nouveau-Brunswick seront étudiées et surveillées tandis que la stratégie *Développer les marchés mondiaux* sera mise en œuvre.

Chine

L'économie chinoise est massive et croît rapidement, propulsée par la libéralisation du commerce et une très forte population. Le leadership de la Chine en tant que fabricant à faible coût de produits manufacturés est incontestable, étayé par des politiques gouvernementales efficaces, une main-d'œuvre peu coûteuse et de bonnes infrastructures.

Inde

L'Inde se classe au deuxième rang mondial en termes de population et possède une économie efficiente à forte intensité de main-d'œuvre. Son secteur des services a pris des proportions imposantes grâce à l'externalisation dans les pays développés, mais le pays se distingue aussi par une solide base manufacturière et un cadre industriel axé sur l'exportation.

Brésil

L'économie brésilienne vient d'émerger pour devenir l'une des plus importantes de l'hémisphère occidental. Le pays, dont la population croît rapidement, possède d'importantes assises industrielles caractérisées par leur diversité, un secteur des services très élaboré, d'importantes ressources minérales et d'excellentes capacités de production alimentaire.

4.4 Soutien stratégique

Les entreprises du Nouveau-Brunswick sont de tailles diverses, et leur expérience dans l'exportation de même que leurs capacités en la matière varient grandement. **Développer les marchés mondiaux** adopte le principe fondamental selon lequel un soutien efficace doit tenir compte de ces différences. Les entreprises du Nouveau-Brunswick y sont classées dans trois grands groupes, et il prévoit des programmes et un soutien adaptés aux besoins uniques de chacun :

1. les exportateurs potentiels;
2. les petits et moyens exportateurs;
3. les grands exportateurs.

Développer les marchés mondiaux redéfinit aussi, dans une certaine mesure, le rôle du gouvernement pour mettre l'accent sur l'éducation et les conseils dispensés aux entreprises en ce qui concerne le commerce international, la recherche de débouchés et les manières de mettre à profit l'énorme volume de données commerciales se trouvant à leur disposition.

On y maintient par ailleurs que les organismes gouvernementaux doivent tirer un meilleur parti de la technologie, des méthodes de communication en ligne et des médias sociaux dans l'établissement de relations avec la communauté exportatrice.

4.5 Établissement de partenariats stratégiques

Développer les marchés mondiaux reconnaît les nombreux organismes gouvernementaux et publics/privés offrant des solutions aux exportateurs. Pour réussir, il est important de mettre l'accent sur la collaboration et la coordination entre les organismes de développement économique. Chacun doit comprendre ses propres priorités et les manières dont il peut collaborer avec les autres. **Développer les marchés mondiaux** appuie fermement la collaboration et la prestation de programmes et de services complémentaires.

Les commentaires récents d'exportateurs et d'acteurs commerciaux relativement au chevauchement et à la duplication perçus des services font ressortir certaines préoccupations. Il existe clairement un besoin pressant de clarifier les rôles, d'améliorer les communications et de mobiliser plus efficacement les entreprises dans la prestation de services. Collaborer plus étroitement avec les exportateurs est d'une importance cruciale pour l'atteinte des principaux objectifs de **Développer les marchés mondiaux**.

5. Les moyens que nous prendrons pour y parvenir

Au cours des cinq prochaines années, cette stratégie se transformera en mesures, qui consisteront à profiter des ressources que nous possédons, de l'expertise et des partenaires de prestation de services du Nouveau-Brunswick ainsi que de l'excellente relation de travail entretenue avec le milieu des affaires de la province. Des éléments seront introduits progressivement à mesure que les structures de prestation seront transformées et mises au point en fonction des consultations menées auprès de l'industrie.

Le plan d'action vise les exportateurs, mais il a des répercussions sur un grand nombre d'intervenants. Il s'agit d'une combinaison d'anciennes et de nouvelles approches ainsi que d'approches modifiées, mais elles visent toutes à établir une base d'entreprises d'exportation au Nouveau-Brunswick, à diversifier leurs marchés et à donner de la valeur à leurs produits et services. Beaucoup des thèmes du plan d'action ont été établis en fonction des commentaires reçus au cours des récentes consultations menées auprès d'exportateurs et d'intervenants de soutien au commerce. Ils comprennent 10 mesures de suivi concrètes qui encadreront les points détaillés du plan de travail.



5.1 Facilitation du commerce

Le succès dans les marchés étrangers dépend grandement d'impondérables tels que la motivation, la marque et la réputation. Il varie également en fonction des connaissances et de la compréhension et il peut être contagieux, c'est-à-dire qu'il peut se propager grâce aux réalisations d'autres entreprises. Et pourtant, peu d'efforts ont été déployés pour promouvoir le commerce et ses avantages inhérents ou encore pour appuyer les mesures de développement de marchés prises par les exportateurs du Nouveau-Brunswick.

À long terme, la facilitation du commerce est une activité fondamentale pour encourager la culture du commerce au Nouveau-Brunswick. À court terme, elle peut multiplier les effets positifs des activités de soutien quotidiennes. Voici ce que nous ferons pour faciliter le commerce :

Mesure de suivi n° 1

Élaborer un plan de marketing et de communications pour l'exportation

Un plan de marketing et de communications sera élaboré à l'intention de publics internes et externes. Il comprendra des activités qui auront pour objectif ce qui suit :

- faire de l'exportation une stratégie de croissance des entreprises;
- améliorer la réputation de la province dans des marchés cibles;
- communiquer les réussites du Nouveau-Brunswick;
- s'adresser à des groupes d'étudiants, d'entreprises et de membres de la population;
- surveiller le développement parallèle ainsi que la présence sur le Web et dans les médias sociaux;
- promouvoir les programmes de développement de l'exportation.

5.2 Prestation des services

Il est essentiel d'adopter une nouvelle approche de prestation de services aux exportateurs du Nouveau-Brunswick afin de s'adapter aux défis actuels présents dans le marché international. Ces améliorations, qui profiteront à nos exportateurs, à notre personnel et à nos partenaires, seront essentielles à l'atteinte de nos objectifs dans l'avenir.

Nous nous concentrerons sur l'établissement de relations de travail étroites entre les exportateurs, les bureaux de développement économique régionaux, le personnel du bureau central chargé des exportations favorisant le développement économique, et les partenaires clés de prestation de services. Nous mettrons davantage l'accent sur le soutien individuel et sur l'utilisation de nouveaux moyens de communication. Pour offrir un soutien constructif et efficace, il faut bien comprendre les besoins des entreprises, et nos exportateurs auront davantage d'influence sur la forme et l'orientation de l'aide que nous leur offrons.

Le fait d'offrir nos services de façon plus efficace, en fonction des ressources humaines et financières disponibles, constituera une étape importante de la transformation du soutien à l'exportation. Les activités seront transformées afin que notre équipe de spécialistes du commerce soit utilisée au mieux de ses capacités, notre système de gestion des relations avec la clientèle sera élargi et les nouvelles technologies seront utilisées le plus possible pour interagir avec les exportateurs.

Mesure de suivi n° 2

Passer à un modèle de soutien relevant de gestionnaires de compte

Le Nouveau-Brunswick améliorera la prestation de services de développement de l'exportation en adoptant un modèle relevant de gestionnaires de compte. Le personnel chargé des exportations sélectionné aura comme tâche de soutenir les exportateurs, tandis que les autres membres du personnel fourniront de l'information commerciale ainsi que du soutien logistique et assureront la planification et la coordination entre les partenaires. Au nombre des responsabilités, mentionnons les suivantes :

- établir et maintenir des relations avec chacun des exportateurs;
- dénicher de nouveaux clients;
- préparer les nouveaux exportateurs;
- être en contact avec les grandes entreprises;
- appuyer les transactions présentant un potentiel élevé.

5.3 Formation au commerce

Comme toute personne oeuvrant dans un domaine qui évolue rapidement, les exportateurs peuvent grandement tirer profit du perfectionnement

professionnel. La formation est une occasion d'améliorer ses connaissances et ses compétences et peut faire naître la motivation d'explorer de nouveaux marchés et d'examiner les certifications, les possibilités dans les chaînes de valeur mondiales ou d'autres importantes voies vers la croissance et le développement. Elle permet d'acquérir une compréhension ainsi que de gagner en confiance et en créativité pour mener des activités nouvelles ou inconnues.

Le Nouveau-Brunswick jouera un rôle actif dans la formation au commerce international des entreprises et mettra l'accent sur les besoins uniques des exportateurs potentiels et de ceux qui souhaitent diversifier leurs activités ou qui cherchent des débouchés à valeur ajoutée. Le programme de formation sera élaboré et mis en oeuvre en collaboration avec des organismes partenaires et des spécialistes en formation en exportation. Les technologies offrant une couverture géographique vaste et rentable seront officiellement étudiées sous tous leurs aspects et utilisées dans la mesure du possible. Lorsque possible, on examinera les occasions de partenariat ou de mentorat, qui permettront de mettre en relation des exportateurs qui ont bien réussi avec des exportateurs possédant un fort potentiel de réussite.

Mesure de suivi n° 3

Mettre en oeuvre une série de formations en exportation

Une série de formations en exportation sera constituée et offerte. Voici entre autres en quoi elle consistera :

- formation sur la terminologie et les concepts de l'exportation;
- compétences pratiques en développement de marchés;
- sujets mal connus, comme les chaînes de valeur, les certifications et les accords de libre-échange;
- séances d'information sur les marchés;
- formation en ligne;
- présentations de spécialistes;
- établissement de relations de mentorat avec des spécialistes.

5.4 Conseils d'expert

Les professionnels provinciaux et fédéraux en exportation cumulent des dizaines d'années d'expérience de travail avec des exportateurs de toutes

tailles et de tous les secteurs de l'industrie. À leurs connaissances dans le domaine du commerce international s'ajoutent des études, de la formation et des interactions quotidiennes avec un ensemble de spécialistes du commerce. Nous ferons la promotion active de cette expertise et nous la rendrons accessible à plus grande échelle aux entreprises du Nouveau-Brunswick.

Le personnel chargé des exportations se tient au courant des tendances et connaît en profondeur les marchés internationaux, les possibilités d'exportation et les sources d'information. Ces connaissances peuvent servir de renseignements donnant matière à des poursuites qui peuvent être utilisés comme outil de décision par les exportateurs. Nous ferons la promotion des rapports sur le marché, des bases de données, des statistiques, des bulletins d'information commerciale et des renseignements qui y sont liés auprès de nos exportateurs.

Mesure de suivi n° 4

Donner de l'information et des conseils relatifs à l'exportation

Un service de consultation officiel sera offert afin de fournir des renseignements pertinents et des conseils pratiques aux exportateurs du Nouveau-Brunswick. Il fournira de l'aide notamment pour les activités suivantes :

- élaborer des stratégies d'exportation relatives aux produits et aux marchés adaptées aux entreprises;
- cerner et évaluer les marchés;
- obtenir du financement pour renforcer le fonds de roulement et stimuler les activités du marché interne;
- aborder les questions de la bureaucratie et des obstacles au commerce;
- se documenter sur les règlements, les tarifs, la logistique et les questions connexes;
- encourager l'adoption de modèles d'entreprise plus élaborés :
 - lien avec les chaînes de valeur mondiales;
 - vente et protection de la propriété intellectuelle;
 - mise en place de coentreprises;
 - homologation et franchisage;
 - marketing sur Internet et dans les médias sociaux;
 - commercialisation des recherches novatrices des entreprises axées sur le marché.

5.5 Développement de marchés

L'interaction entre l'acheteur et le vendeur est le pilier du commerce. Elle peut se manifester par une discussion au téléphone, une conversation à un salon professionnel, un appel de fichier, une réunion de vente en personne ou une rencontre pendant une activité de réseautage. Un des rôles les plus importants du gouvernement est sans aucun doute de créer des possibilités de marketing et de vente pour les exportateurs. Le fait de mettre systématiquement les exportateurs du Nouveau-Brunswick en contact avec des acheteurs, des fournisseurs ou des partenaires potentiels qualifiés se trouvera au coeur de notre soutien au développement de marchés et de notre plan d'action.

Les missions commerciales sont un outil de développement de marchés essentiel et elles continueront à l'être, mais elles doivent être conçues et menées de façon plus stratégique. Des efforts seront déployés pour améliorer la qualité des interactions de vente des exportateurs, un facteur déterminant du succès des participants aux missions. Nous offrirons une vaste gamme d'initiatives de développement de marchés aux exportateurs qualifiés, qui seront conformes aux exigences propres au secteur et dont beaucoup seront menées en partenariat avec d'autres organismes gouvernementaux. Toutes les activités menées seront sujettes à des évaluations coûts-avantages complètes.

Mesure de suivi n° 5

Mettre les acheteurs en contact avec les vendeurs

Chaque cycle de planification présentera en détail un ensemble complet d'initiatives de développement de marchés. Voici quelques-uns des éléments qui seront pris en considération :

- missions commerciales dans des marchés stratégiques;
- missions étrangères;
- marketing sur Internet et dans les médias sociaux;
- salons professionnels et expositions;
- activités de repérage des fournisseurs;
- partenariats et alliances stratégiques;
- exploration et suivi des marchés;
- pistes commerciales assorties de réserves;
- possibilités dans les chaînes de valeur mondiales;
- accords commerciaux;
- élargissement de l'initiative menée en Chine;
- mise en contact des acheteurs et des exportateurs du Nouveau-Brunswick.

5.6 Transport et logistique

Développer les marchés mondiaux est étroitement lié au partenariat du Nouveau-Brunswick avec la *Stratégie sur la Porte et le Corridor de commerce de l'Atlantique*. Ils sont tous deux ancrés dans les modèles changeants du commerce international et dans l'importance grandissante des chaînes d'approvisionnement mondiales. Le système de transport concurrentiel à l'échelle mondiale et intégré, prévu par la *Stratégie sur la Porte et le Corridor de commerce de l'Atlantique*, contribue également à la croissance de la capacité d'exportation de la région tout en cherchant à tirer profit des activités d'exportation existantes et à améliorer les liens avec les marchés clés.

Les deux stratégies reposent sur les forces liées à la géographie et aux infrastructures, et le Nouveau-Brunswick compte de nombreux attributs sur ces plans, dont :

- un emplacement stratégique sur les principaux itinéraires commerciaux avec un accès aux partenaires de l'ALENA;
- un réseau routier sûr et efficace;
- un réseau complet d'aéroports;
- des voies ferroviaires pour voyageurs et marchandises vers le Canada et les États-Unis;
- de grands ports à Saint John et à Belledune ainsi que plusieurs ports régionaux et locaux;
- une capacité de transbordement du fret aérien dans la route orthodromique entre l'Europe et le nord-est des États-Unis;
- une logistique de haut niveau pour le soutien de l'expertise en transport, en génie et en technologie.

Toutefois, les méthodes pratiques utilisées pour associer ces atouts aux besoins logistiques et en transport des exportateurs du Nouveau-Brunswick sont limitées pour le moment. Sur le plan des activités, le transport peut parfois être un élément secondaire après la conclusion d'une vente, malgré son importance pour les exportateurs. **Développer les marchés mondiaux** vise à mettre l'accent sur l'importance du transport et de la logistique et à souligner les solutions de rechange intéressantes accessibles aux exportateurs du Nouveau-Brunswick.

Mesure de suivi n° 6

Mettre à profit les infrastructures de transport

Des ressources seront consacrées à mettre à profit les infrastructures de transport du Nouveau-Brunswick liées à l'expansion du commerce. Un modèle de prestation ciblant les exportateurs sera élaboré dans les buts suivants :

- faire en sorte que le bon rendement sur le plan du transport et de la logistique se traduise en économies de coûts et de temps pour les entreprises du Nouveau-Brunswick;
- aider à offrir des options de service en ce qui a trait au matériel et au transport;
- faire la promotion des infrastructures et des services portuaires du Nouveau-Brunswick dans les marchés cibles;
- renforcer la position de la province à titre de plaque tournante du transport et de la distribution de fret aérien sur la côte Est;
- mettre à contribution le secteur privé et d'autres ressources pour informer et soutenir les nouveaux exportateurs;
- établir des liens et des partenariats entre les partenaires communautaires, d'éducation, d'affaires et de l'industrie;
- prendre appui sur la réputation de la province en tant que chef de file mondial dans le domaine de l'ingénierie et des télécommunications pour soutenir les besoins des exportateurs en matière de commerce électronique, de logistique d'expédition et de données.

5.7 Nouveaux exportateurs et exportateurs potentiels

Le fait d'augmenter le nombre d'entreprises exportatrices au Nouveau-Brunswick peut, en soi, apporter de la valeur et de la diversité aux exportations de la province à long terme. Toutefois, l'établissement d'une forte et vaste base d'exportateurs réguliers pose de nombreux défis. Les entreprises engagées et en mesure de faire de l'exportation doivent être prêtes à effectuer un apprentissage qui peut les faire sortir de leur zone de confort.

Une stratégie et un plan d'action complets visant à augmenter le nombre d'exportateurs au Nouveau-Brunswick seront élaborés et mis en oeuvre par un groupe de personnes qui se consacrera à cette tâche. L'objectif principal consistera à accroître le taux de succès des nouveaux exportateurs.

Mesure de suivi n° 7

Établir une unité de préparation à l'exportation

Le ministère du Développement économique mettra en place une unité de préparation à l'exportation qui se chargera de repérer les exportateurs potentiels et les nouveaux exportateurs et de les préparer. L'unité fournira :

- des évaluations de la préparation à l'exportation;
- de la formation sur les pratiques commerciales et les compétences en exportation;
- du soutien individuel;
- des conseils sur la planification de l'exportation;
- de la recherche essentielle sur les produits et les marchés;
- des programmes de préparation au marché interne;
- du mentorat.

5.8 Les grands exportateurs

L'importance, le succès et le rayonnement économique des grandes entreprises du Nouveau-Brunswick sont bien connus. Beaucoup d'entre elles constituent, depuis longtemps, des piliers de leur collectivité et de leur secteur de l'industrie. Statistique Canada a récemment rapporté que les entreprises néo-brunswickoises de 500 employés ou plus présentaient un volume d'exportations collectif équivalent à celui de toutes les entreprises de taille inférieure combinées.

L'autonomie des grandes entreprises au chapitre de l'exportation fait en sorte qu'elles ne sont généralement pas incluses dans les stratégies et les plans de développement des exportations. Il est cependant de plus en plus reconnu que les organismes gouvernementaux de promotion du commerce peuvent être d'une aide précieuse à ces grands exportateurs. Il existe également des possibilités d'associer leurs relations et leur savoir-faire aux efforts de développement des affaires de plus petits exportateurs, dont d'importants liens potentiels vers des chaînes de valeur mondiales.

Mesure de suivi n° 8

Mobiliser les grands exportateurs

Les principes de gestion de comptes clés seront appliqués pour appuyer les relations entre la province et ses plus grands exportateurs, ce qui offrira un mécanisme pour la rétroaction et les résultats en ce qui concerne des enjeux critiques comme les suivants :

- politique commerciale : enjeux et préoccupations;
- États-Unis : frontière, règlements, normes, politiques, taux de change, économie;
- autres marchés : marchés émergents, accords commerciaux, possibilités, obstacles;
- poursuite de la maximisation du potentiel dans les secteurs où nous connaissons le plus grand succès, dont l'énergie et le raffinage du pétrole;
- enjeux précis : certifications, main-d'œuvre, productivité, fiscalité, soutien gouvernemental pour les fonds de roulement;
- mentorat.

5.9 Partenaires et stratégies

Développer les marchés mondiaux s'inscrit en complément à d'autres importants efforts pour l'avancement de la croissance économique et la création d'emplois au Nouveau-Brunswick. Parmi les principaux, mentionnons les initiatives de promotion du développement du secteur industriel, la consultation des intervenants et une meilleure mobilisation des municipalités, des collectivités et des régions.

La stratégie d'exportation rejoint les thèmes clés de plusieurs autres initiatives cruciales. Le programme d'innovation et l'accent mis sur l'amélioration de la main-d'œuvre et le développement des compétences au Nouveau-Brunswick sont essentiels à l'obtention d'un succès commercial à l'échelle mondiale. L'initiative de *Stratégie sur la Porte et le Corridor de commerce de l'Atlantique* continue d'améliorer l'accès aux marchés et de renforcer les capacités en ressources humaines dans les transports. Le Programme de croissance des entreprises du Nouveau-Brunswick offre quant à lui un soutien élargi pour la création d'emplois durables dans la province.

La réussite dépend de la force des partenariats entre les organismes oeuvrant auprès des entreprises, exportatrices et non exportatrices. Tous ont pour objectif commun la croissance économique, et une meilleure collaboration

peut être source de synergies. **Développer les marchés mondiaux** vise à faciliter l'effort collectif déployé pour soutenir la croissance du commerce interprovincial et international au Canada et sur les marchés étrangers.

Mesure de suivi n° 9

Promouvoir la collaboration entre les partenaires

Des initiatives conjointes mobilisant des partenaires et des sources de financement externes seront activement déployées. Divers projets collectifs seront envisagés afin d'offrir aux entreprises du Nouveau-Brunswick des services à la clientèle et services à valeur ajoutée de haute qualité :

- inventaire et rationalisation des programmes et des services d'appui au commerce;
- revitalisation d'Équipe Commerce Nouveau-Brunswick pour la mobilisation de fonds et de ressources;
- création de propositions d'entente panatlantique sur la promotion du commerce extérieur pour l'établissement d'un partenariat avec les provinces de l'Atlantique lors du ciblage de marchés;
- recherche commerciale en vue d'appuyer les entreprises dans la planification de leurs exportations;
- plans de développement de secteurs et de marchés;
- constitution d'une base de données des exportateurs pour faciliter la gestion des comptes;
- établissement de priorités conjointes en ce qui concerne les marchés, en collaboration avec les administrations municipales et les gouvernements provincial et fédéral.

5.10 Aide financière et au développement des marchés

Le succès des objectifs, des mesures de suivi et des activités décrits dans **Développer les marchés mondiaux** sera minutieusement évalué. Cette évaluation visera plus précisément à garantir l'affectation la plus pertinente et efficace possible de l'investissement du Nouveau-Brunswick dans la promotion de l'exportation et à faire en sorte que cet investissement contribue aux objectifs de développement économique généraux et qu'il réponde aux besoins des secteurs prioritaires. L'examen englobera les activités de développement des marchés, y compris les missions commerciales, ainsi que les programmes d'aide financière à l'intention des entreprises privées en quête de possibilités d'exportation.

Mesure de suivi n° 10

Refaçonner les programmes d'aide

Examiner et évaluer les programmes de développement de l'exportation et d'aide stratégique existants au Nouveau-Brunswick, en appliquant des critères axés sur l'entreprise pour l'évaluation de considérations clés dont :

- l'optimisation des résultats pour l'entreprise;
- la prestation d'un soutien adapté à ses besoins, tenant compte de son degré de préparation à l'exportation;
- le rapport coût-efficacité pour le fournisseur du soutien et l'entreprise bénéficiaire;
- la facilité d'accès, de prestation et d'administration pour l'entreprise;
- la complémentarité et l'adéquation avec **Développer les marchés mondiaux** et le programme d'innovation;
- une meilleure compréhension de l'admissibilité;
- l'obtention de financement auprès de partenaires publics et privés.



6. Résultats et mesures

Le plan d'action de développement économique du Nouveau-Brunswick, ***Partenaires dans la croissance***, définit un cadre de mesures composé d'indicateurs de base, stratégiques et propres aux secteurs prioritaires. Une série de mesures de référence est établie pour chacun, permettant le suivi régulier des progrès réalisés dans l'atteinte des principaux objectifs économiques.

Partenaires dans la croissance reconnaît le rôle important joué par l'exportation pour l'emploi, la productivité du travail et le PIB dans la province, autant globalement que dans les secteurs de croissance stratégiques.

Développer les marchés mondiaux vise essentiellement à contribuer de manière significative à ces grandes mesures économiques et à la vision prédominante d'« une économie plus forte et d'une meilleure qualité de vie, en proportion de nos moyens ». Chacun des trois objectifs précis d'accroissement des exportations énoncés dans ***Partenaires dans la croissance*** fait l'objet de plusieurs mesures de suivi parmi celles définies dans la présente stratégie.



But	Mesures de suivi	Résultat
Encourager plus d'entreprises à faire une percée dans les marchés d'exportation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Élaborer un plan de marketing et de communications pour l'exportation. 5. Mettre les acheteurs en contact avec les vendeurs. 7. Établir une unité de préparation à l'exportation. 9. Promouvoir la collaboration entre les partenaires. 10. Refaçonner les programmes d'aide. 	Accession aux marchés extérieurs par 175 nouvelles entreprises dans les cinq prochaines années.
Mettre l'accent sur les occasions de croissance grâce aux exportations à valeur ajoutée	<ol style="list-style-type: none"> 1. Élaborer un plan de marketing et de communications pour l'exportation. 2. Passer à un modèle de soutien relevant de gestionnaires de compte. 3. Mettre en œuvre une série de formations en exportation. 4. Donner de l'information et des conseils relatifs à l'exportation. 6. Mettre à profit les infrastructures de transport. 8. Mobiliser les grands exportateurs. 9. Promouvoir la collaboration entre les partenaires. 10. Refaçonner les programmes d'aide. 	Croissance de 700 M \$ des ventes à l'exportation à valeur ajoutée (augmentation annuelle de cinq pour cent) et création de 4200 emplois en cinq ans.
Diversifier les marchés d'exportation des entreprises néo-brunswickoises	<ol style="list-style-type: none"> 1. Élaborer un plan de marketing et de communications pour l'exportation. 3. Mettre en œuvre une série de formations en exportation. 4. Donner de l'information et des conseils relatifs à l'exportation. 5. Mettre les acheteurs en contact avec les vendeurs. 6. Mettre à profit les infrastructures de transport. 9. Promouvoir la collaboration entre les partenaires. 10. Refaçonner les programmes d'aide. 	<p>Croissance de 1,29 G \$ des ventes à l'exportation aux États-Unis (augmentation annuelle de 10 pour cent) et création de 7740 emplois en cinq ans.</p> <p>Croissance de 460 M \$ des ventes à l'exportation dans des pays autres que les États-Unis et le Canada (augmentation annuelle de 20 pour cent) et création de 2760 emplois en cinq ans.</p> <p>Croissance de 690 M \$ des ventes à l'exportation interprovinciales au Canada (augmentation annuelle de six pour cent) et création de 4140 emplois en cinq ans.</p>

Pour nous joindre

Ministère du Développement économique du Nouveau-Brunswick, Direction de l'expansion des exportations

Numéro sans frais : 1-800-665-1800

Réception : 506-453-3412

Télécopieur : 506-453-3783

Courriel : tradenb@gnb.ca

<http://www.Nouveau-Brunswick.ca>

Communiquez avec nous



Bureaux régionaux du ministère du Développement économique :

Région du Nord-Ouest : Edmundston

121, rue de l'Église

Bureau 407

Edmundston

Tél. : 506-735-4769

Région du Nord-Est : Bathurst

275, rue Main

Bureau 400

Bathurst

Tél. : 506-547-2227

Région du Sud-Est : Dieppe

200, rue Champlain

Bureau 330

Dieppe

Tél. : 506-858-5560

Région du Sud-Ouest : Saint John

40, rue King

Saint John

Tél. : 506-658-4402

District central : Fredericton

670, rue King

Cinquième étage

Fredericton

Tél. : 506-453-2727