

Parmi les nombreux volets de l'industrie manufacturière de Terre-Neuve et du Labrador figurent la production alimentaire, l'impression et la publication, le bois et la production de minéraux non métalliques. En 1998, les expéditions de produits manufacturiers de la province ont atteint une valeur record de 1,76 milliard de dollars. Largement concentrée dans les secteurs des produits de la mer, de la pâte et du papier et des produits pétroliers, la croissance s'observe également dans les technologies de pointe (communications par satellite, technologies médicales et écotechnologies) ainsi que dans les secteurs traditionnels de la chaussure et des produits du bois. L'industrie des produits de la mer a été revitalisée parce qu'elle a su se focaliser davantage sur les espèces de plus grande valeur comme le crabe et la crevette; la valeur de sa production est passée de 683 millions de dollars en 1998 à 950 millions en 1999. Depuis que l'immense gisement d'Hibernia a commencé à produire du pétrole en 1997, les activités d'exploration et d'exploitation ont connu un essor rapide dans le secteur pétrolier offshore de Terre-Neuve; on s'attend à ce que ce gisement fournisse 40 p. 100 du pétrole brut léger du Canada d'ici à 2004.

Les besoins en haute technologie du secteur pétrolier sont une des raisons principales pour lesquelles Terre-Neuve a choisi de réorienter son économie sur le savoir et de devenir un leader mondial en technologies océaniques. Au chapitre des technologies de pointe, la croissance a été graduelle mais régulière (entre 6 et 10 p. 100 par année durant les cinq dernières années); ce potentiel est d'ailleurs le catalyseur d'un accroissement des exportations dans les domaines du commerce électronique, de la télémédecine, du téléenseignement, du multimédia, du développement de logiciels, de la géomatique et de la technologie marine. L'expertise maritime de Terre-Neuve et du Labrador positionne la province pour attirer des investissements dans d'autres domaines fondés sur le savoir, comme la gestion des essais en clinique, l'assistance en matière de réglementation, les statistiques et l'information d'affaires.

### **Petites entreprises — Impact énorme**

Comme dans le reste du Canada, la croissance des exportations vient à la fois des grandes et des petites entreprises. La région de l'Atlantique a sa part de grands producteurs comme Michelin, McCain, Irving, Clearwater, Fisheries Products International et Oxford Frozen Foods, qui contribuent de façon significative à l'expansion des exportations dans cette partie du Canada. Mais la « nouvelle économie » a aussi créé des occasions pour les petites et moyennes entreprises

(PME). Grâce à l'activité combinée de ces entreprises, des milliers de gens, dans l'Est du Canada, fabriquent et exportent une très vaste gamme de produits, depuis les chocolats jusqu'aux piles et aux logiciels, en passant par les trousseaux d'analyse de l'eau. Même si elles sont souvent implantées en milieu rural, bon nombre de ces entreprises se sont « mondialisées », trouvant des créneaux dans les secteurs de la culture et du cadeau, des technologies de l'information, des produits de santé et de l'alimentation.

### **Un effort d'équipe**

À la lumière du vif succès des missions commerciales d'Équipe Canada organisées par le gouvernement fédéral, les provinces de l'Atlantique ont mis sur pied une initiative complémentaire qui a pour nom « Équipe Atlantique ».

En avril 1999, Équipe Atlantique a permis à 39 entreprises de la côte Est de participer à une mission commerciale en Nouvelle-Angleterre. La très grande majorité des participants ont jugé ce voyage extrêmement productif. La mission a généré des ventes immédiates de 2,2 millions de dollars et créé 19 emplois à temps plein et 10 emplois saisonniers, et d'autres pourraient venir s'ajouter. Pour Royalty Hardwoods Ltd. de Montague, Île-du-Prince-Édouard, un fabricant spécialisé dans les produits en érable, en bouleau, en pin, en épinette, en pruche et en mélèze, comme des planchers, des moulures et des pièces de mobilier, la mission a résulté dans la première vente d'exportation de son histoire. INNOVA Multimedia Ltd. de Terre-Neuve avait cherché à pénétrer le marché d'exportation depuis un certain temps; sa participation à Équipe Atlantique a énormément contribué à renforcer cet effort en la mettant en contact avec des compagnies et organisations qui pourraient être intéressées à distribuer son logiciel éducatif. Fundy Fibreglass de Digby, Nouvelle-Écosse, a réalisé une première vente de 170 000 dollars avec une compagnie de la Nouvelle-Angleterre. Fait encore plus excitant, vu le réalignement technologique amené par l'utilisation des composantes de fibre de verre de Fundy dans la chaîne d'assemblage américaine, le client s'est rééquipé, il a accru sa productivité et il a réduit ses coûts de production, ce qui a permis à Fiber de relever avec assurance ses prévisions de production et de ventes de 250 p. 100 pour l'année civile 2000. Ce qui représentera des ventes d'environ 400 000 dollars américains pour un seul client américain.