



POINTS SAILLANTS : EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES ET DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK

2015

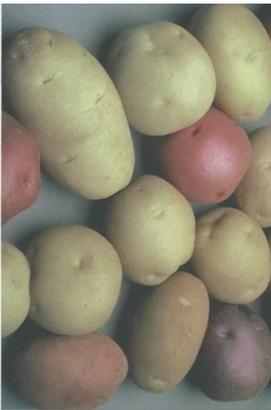


TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	2
RÉSUMÉ.....	2
POINTS SAILLANTS DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK – 2015	3
VALEUR TOTALE DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DU NOUVEAU-BRUNSWICK, DE 2005 À 2015 (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	3
PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	4
VENTILATION DES PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK – POMMES DE TERRE ET PRODUITS DE POMMES DE TERRE (EN MILLIONS DE DOLLARS)	4
PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	5
VENTILATION DES PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES – ÉTATS-UNIS (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	6
POINTS SAILLANTS DES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – 2015	6
VALEUR TOTALE DES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK, DE 2005 À 2015 (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	7
PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015, SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	7
VENTILATION DES PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – HOMARDS (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	8
PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	8
VENTILATION DES PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DES PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – ÉTATS-UNIS (EN MILLIONS DE DOLLARS).....	9
NOTES ET DÉFINITIONS	10

RÉSUMÉ

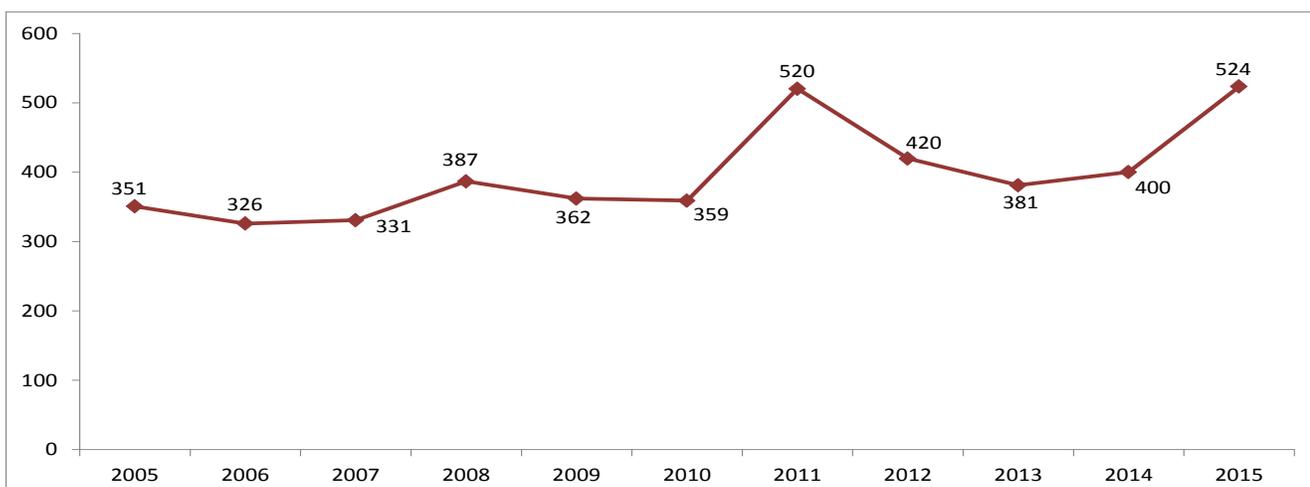
- ✚ En 2015, le Nouveau-Brunswick a exporté¹ des produits agroalimentaires² et des produits de la mer³ d'une valeur de près de 2 milliards de dollars vers 90 pays. La province a exporté des produits agroalimentaires d'une valeur de 524 millions de dollars et des produits de la mer d'une valeur de 1,4 milliard de dollars.
- ✚ La valeur des exportations de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Nouveau-Brunswick a augmenté d'environ 440 millions de dollars (près de 30 %) en 2015 comparativement à 2014. Les exportations de produits agroalimentaires ont augmenté de plus de 120 millions de dollars (31 %) tandis que les exportations de produits de la mer se sont accrues de près de 320 millions de dollars (29 %).
- ✚ Au cours des dix dernières années (de 2005 à 2015), la valeur des exportations de produits agroalimentaires et de produits de la mer s'est accrue de 63 %. Durant la même période, les exportations de produits agroalimentaires ont connu une croissance de près de 50 % tandis que les exportations de produits de la mer se sont accrues de près de 70 %.
- ✚ Les trois principales exportations de produits agroalimentaires en 2015 étaient : les pommes de terre et les produits de pommes de terre; la bière; et les arbres, les plantes et les fleurs vivants. Les trois principales exportations de produits de la mer étaient : les homards, les saumons et les crabes.

- ✚ Les États-Unis ont continué de représenter le plus gros marché d'exportation en importance des produits agroalimentaires et des produits de la mer du Nouveau-Brunswick. L'Asie⁴ et l'Union européenne⁵ sont d'autres marchés clés.

POINTS SAILLANTS DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK – 2015

- ✚ En 2015, le Nouveau-Brunswick a exporté des produits agroalimentaires d'une valeur de 524 millions de dollars vers 70 pays. Il s'agit d'une augmentation de 123 millions de dollars (31 %) par rapport à 2014.
- ✚ Les principaux produits d'exportation étaient les pommes de terre et les produits de pommes de terre, évalués à 295 millions de dollars, la bière, évaluée à 39 millions de dollars, ainsi que les arbres, les plantes et les fleurs vivants, évalués à 29 millions de dollars.
- ✚ Les exportations de pommes de terre et de produits de pommes de terre ont augmenté de 74 millions de dollars (33 %) en 2015 par rapport à 2014.
- ✚ Les États-Unis ont continué d'être le plus grand marché d'exportation pour les produits agroalimentaires du Nouveau-Brunswick, ayant une part de 83 % en 2015 et une valeur de 433 millions de dollars.
- ✚ L'Asie et l'Union européenne (28 pays membres de l'UE) étaient d'autres marchés clés, les exportations de produits agroalimentaires s'établissant à une valeur de plus de 30 millions de dollars et de 9 millions de dollars, respectivement.
- ✚ Parmi les produits ayant enregistré la plus forte croissance de 2014 à 2015, mentionnons
 - les canneberges, en hausse de 100 % pour atteindre 2,4 millions de dollars;
 - les bleuets sauvages,⁶ en hausse de 58 %, pour atteindre 10 millions de dollars;
 - les produits de l'érable, en hausse de 48 %, pour atteindre 18 millions de dollars;
 - les aliments pour animaux, en hausse de 40 %, pour atteindre 25 millions de dollars.
- ✚ Voici les marchés qui ont affiché une forte croissance de 2014 à 2015 :
 - la République tchèque, en hausse de 860 %, pour atteindre 4,8 millions de dollars;
 - l'Égypte, en hausse de 700 %, pour atteindre 1,6 million de dollars;
 - le Singapour, en hausse de 550 %, pour atteindre 1,3 million de dollars;
 - le Guatemala, en hausse de 350 %, pour atteindre 1,8 million de dollars

VALEUR TOTALE DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DU NOUVEAU-BRUNSWICK, DE 2005 À 2015 (EN MILLIONS DE DOLLARS)



PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PRODUIT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX MARCHÉS EN 2015
1	Pommes de terre et produits de pommes de terre	226,8 \$	221,2 \$	294,7 \$	-2,5 %	33,2 %	États-Unis, Costa Rica, Malaisie, Mexique, Japon, petites îles éloignées des États-Unis, Bahamas, Panama, Taiwan, Cuba, Trinité-et-Tobago, Thaïlande et Singapour
2	Bière	47,6 \$	45,7 \$	39,3 \$	-4,0 %	-14,0 %	États-Unis
3	Arbres, plantes et fleurs vivants (y compris les arbres de Noël)	28,5 \$	32,5 \$	28,9 \$	14,0 %	-11,1 %	États-Unis
4	Aliments pour animaux	19,4 \$	18,1 \$	25,3 \$	-6,7 %	39,8 %	États-Unis, Mexique et Philippines
5	Animaux vivants	15,0 \$	19,6 \$	23,9 \$	30,7 %	21,9 %	États-Unis
6	Produits de l'érable	9,5 \$	12,0 \$	17,7 \$	26,3 %	47,5 %	États-Unis, Danemark, Royaume-Uni, Australie et Nouvelle-Zélande
7	Préparations de céréales et de pâtes	7,4 \$	10,0 \$	12,9 \$	35,1 %	29,0 %	États-Unis, Arabie saoudite, Émirats arabes unis, Guatemala, Koweït et Oman
8	Bleuets sauvages*	0,5 \$	6,2 \$	9,8 \$	1140,0 %	58,1 %	États-Unis
9	Confiseries chocolatées	4,1 \$	3,6 \$	3,0 \$	-12,2 %	-16,7 %	États-Unis
10	Canneberges	3,4 \$	1,2 \$	2,4 \$	-64,7 %	100,0 %	États-Unis
11	Produits laitiers	3,7 \$	2,1 \$	1,7 \$	-43,2 %	-19,0 %	Égypte
Tous les autres produits agroalimentaires		15,1 \$	28,0 \$	63,9 \$	85,4 %	128,2 %	--
TOTAL DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES		381,0 \$	400,2 \$	523,5 \$	5,0 %	30,8 %	États-Unis, Costa Rica, Mexique, Malaisie, Japon, petites îles éloignées des États-Unis, République tchèque, Bahamas, Arabie saoudite, Émirats arabes unis

*Sous-estimation, voir l'explication dans la section « [Notes et définitions](#) ».

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

VENTILATION DES PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES DU NOUVEAU-BRUNSWICK – POMMES DE TERRE ET PRODUITS DE POMMES DE TERRE (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PRODUIT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX MARCHÉS EN 2015
1	Pommes de terre congelées	173,6 \$	156,9 \$	227,6 \$	-9,6 %	45,1 %	Semblables pour tous les produits de pommes de terre (voir le tableau ci-dessus)
2	Pommes de terre	31,8 \$	36,0 \$	39,7 \$	13,2 %	10,3 %	États-Unis

	fraîches						
3	Autres pommes de terre transformées	12,5 \$	19,1 \$	18,4 \$	52,8 %	-3,7 %	États-Unis
4	Pommes de terre de semence	8,9 \$	9,2 \$	9,0 \$	3,4 %	-2,2 %	États-Unis, Cuba
TOTAL DES POMMES DE TERRE ET DES PRODUITS DE POMMES DE TERRE		226,8 \$	221,2 \$	294,7 \$	-2,5 %	33,2 %	Se reporter au tableau précédent.

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PAYS	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX PRODUITS EN 2015
1	États-Unis	281,5 \$	327,3 \$	432,7 \$	16,3 %	32,2 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, bière, arbres, plantes et fleurs vivants (y compris les arbres de Noël), animaux vivants, produits de l'érable, bleuets sauvages
2	Costa Rica	4,6 \$	8,9 \$	12,7 \$	93,5 %	42,7 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
3	Mexique	7,0 \$	3,8 \$	8,4 \$	-45,7 %	121,1 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, aliments pour animaux
4	Malaisie	0,1 \$	3,3 \$	7,8 \$	3200,0 %	136,4 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
5	Japon	29,0 \$	8,8 \$	7,3 \$	-69,7 %	-17,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
6	Petites îles éloignées des États-Unis	3,1 \$	5,1 \$	5,5 \$	64,5 %	7,8 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
7	République tchèque	0,3 \$	0,5 \$	4,8 \$	66,7 %	860,0 %	Plantes et parties de plantes
8	Bahamas	7,6 \$	4,8 \$	3,1 \$	-36,8 %	-35,4 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
9	Arabie saoudite	3,5 \$	2,1 \$	3,1 \$	-40,0 %	47,6 %	Préparations de céréales et de pâtes, pommes de terre et produits de pommes de terre
10	Émirats arabes unis	0,3 \$	2,1 \$	2,8 \$	600,0 %	33,3 %	Préparations de céréales et de pâtes, pommes de terre et produits de pommes de terre
11	Panama	0,4 \$	1,2 \$	2,7 \$	200,0 %	125,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
12	Danemark	3,3 \$	3,1 \$	2,7 \$	-6,1 %	-12,9 %	Produits de l'érable
13	Taiwan	0,0 \$	0,6 \$	2,2 \$	--	266,7 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
14	Guatemala	0,2 \$	0,4 \$	1,8 \$	100,0 %	350,0 %	Préparations de céréales et de pâtes, pommes de terre et produits de pommes de terre
15	Trinité-et-Tobago	0,2 \$	0,9 \$	1,8 \$	350,0 %	100,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
16	Koweït	3,4 \$	2,3 \$	1,7 \$	-32,4 %	-26,1 %	Préparations de céréales et de pâtes, pommes de terre et produits de pommes de terre
17	Cuba	1,2 \$	1,0 \$	1,6 \$	-16,7 %	60,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
18	Égypte	0,1 \$	0,2 \$	1,6 \$	100,0 %	700,0 %	Produits laitiers
19	Singapour	1,6 \$	0,2 \$	1,3 \$	-87,5 %	550,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre

20	Thaïlande	0,1 \$	1,6 \$	1,3 \$	1500,0 %	-18,8 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre
Tous les autres marchés d'exportation		33,5 \$	22,0 \$	16,6 \$	-34,3 %	-24,5 %	--
MONDE		381,0 \$	400,2 \$	523,5 \$	5,0 %	30,8 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, bière, arbres, plantes et fleurs vivants (y compris les arbres de Noël), aliments pour animaux, animaux vivants, produits de l'érable, préparations de céréales et de pâtes, bleuets sauvages

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

VENTILATION DES PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES – ÉTATS-UNIS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	ÉTAT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX PRODUITS EN 2015
1	Maine	49,8 \$	60,9 \$	67,3 \$	22,3 %	10,5 %	Arbres, plantes et fleurs vivants (y compris les arbres de Noël), aliments pour animaux, pommes de terre et produits de pommes de terre, bleuets sauvages, préparations de céréales et de pâtes, animaux vivants
2	Porto Rico*	38,7 \$	47,1 \$	54,4 \$	21,7 %	15,5 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, préparations de céréales et de pâtes
3	Pennsylvanie	38,1 \$	43,2 \$	51,0 \$	13,4 %	18,1 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, animaux vivants, produits de l'érable, bière
4	Connecticut	6,6 \$	13,3 \$	38,3 \$	101,5 %	188,0 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, bière
5	New York	21,2 \$	20,0 \$	36,5 \$	-5,7 %	82,5 %	Pommes de terre et produits de pommes de terre, arbres, plantes et fleurs vivants (y compris les arbres de Noël), bleuets sauvages, bière
Tous les autres États		127,1 \$	142,8 \$	185,2 \$	12,4 %	29,7 %	--
TOTAL DES ÉTATS-UNIS		281,5 \$	327,3 \$	432,7 \$	16,3 %	32,2 %	Se reporter au tableau précédent.

*Un territoire des États-Unis

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

POINTS SAILLANTS DES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – 2015

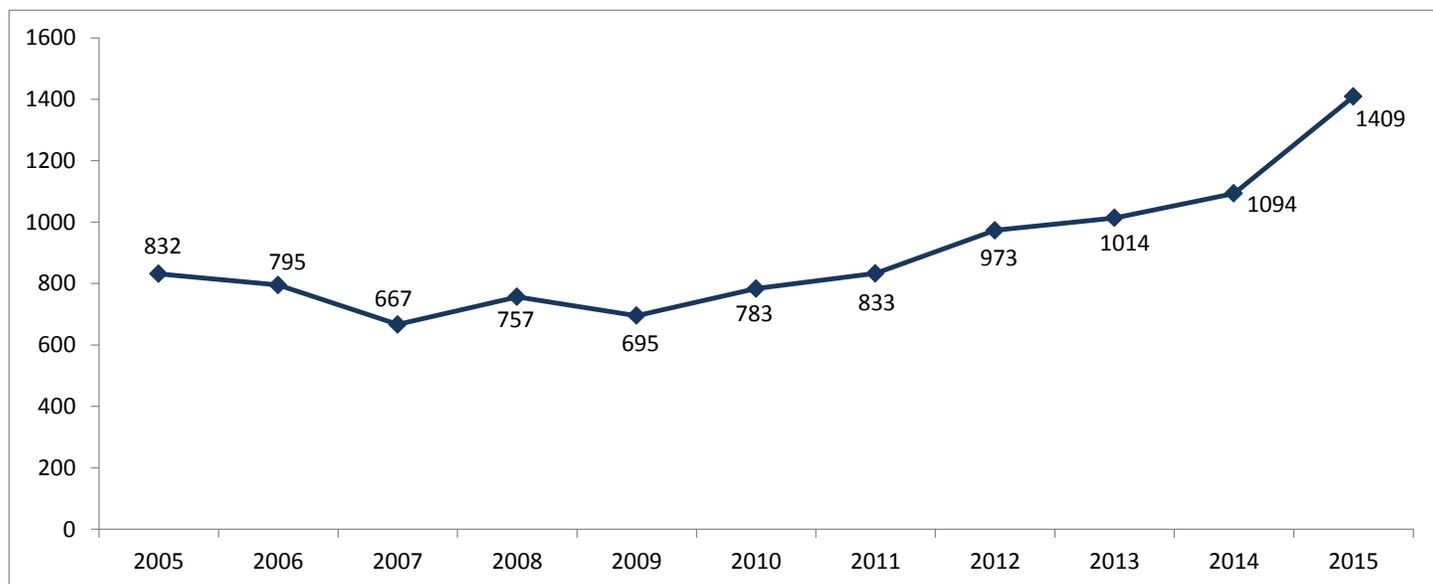
- ✚ En 2015, le Nouveau-Brunswick a exporté des produits de la mer d'une valeur de 1,4 milliard de dollars vers 50 pays. Il s'agit d'une augmentation de 316 millions de dollars (29 %) par rapport à 2014.
- ✚ Les principaux produits d'exportation étaient les homards, évalués à 800 millions de dollars, les saumons, évalués à 259 millions de dollars et les crabes, évalués à 163 millions de dollars.
- ✚ Les exportations de homard ont augmenté de 166 millions de dollars (26 %) en 2015 par rapport à 2014. Les exportations de saumon se sont accrues de 110 millions de dollars (74 %) tandis que les exportations de crabe ont augmenté de 23 millions de dollars (16 %).
- ✚ Les États-Unis ont continué d'être le plus grand marché d'exportation des produits de la mer, ayant une part de 86 % en 2015 et une valeur de plus de 1,2 milliard de dollars.
- ✚ Les autres marchés clés, l'Asie et l'Union européenne (28 pays de l'UE), représentent des exportations de produits de la mer de plus de 100 millions et 50 millions de dollars, respectivement.
- ✚ Parmi les produits ayant affiché la plus grande croissance de 2014 à 2015, mentionnons
 - les anguilles, en hausse de 204 %, pour atteindre 17 millions de dollars;
 - les saumons, en hausse de 74 %, pour atteindre 259 millions de dollars;

- les palourdes, en hausse de 69 %, pour atteindre 5,9 millions de dollars;
- les oursins, en hausse de 46 %, pour atteindre 5,7 millions de dollars.

✚ Voici les marchés qui ont affiché une forte croissance de 2014 à 2015 :

- la Corée du Sud, en hausse de 1025 %, pour atteindre 9 millions de dollars;
- Taïwan, en hausse de 267 %, pour atteindre 2,2 millions de dollars;
- Hong Kong, en hausse de 156 %, pour atteindre 21 millions de dollars.
- la Belgique, en hausse de 103 %, pour atteindre 7,1 millions de dollars.

VALEUR TOTALE DES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK, DE 2005 À 2015 (EN MILLIONS DE DOLLARS)



PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015, SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PRODUIT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 à 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX MARCHÉS EN 2015
1	Homards	493,4 \$	633,9 \$	800,0 \$	28,5 %	26,2 %	États-Unis, Japon, Corée du Sud, Royaume-Uni, Espagne, France, Hong Kong, Belgique, Vietnam, Chine
2	Saumons	228,9 \$	149,1 \$	259,2 \$	-34,9 %	73,8 %	États-Unis, Chine, Hong Kong
3	Crabes	126,2 \$	140,3 \$	163,3 \$	11,2 %	16,4 %	États-Unis, Japon, Chine
4	Harengs	58,9 \$	55,2 \$	62,7 \$	-6,3 %	13,6 %	États-Unis, République dominicaine, Haïti, Japon, Chine, Trinité-et-Tobago, Jamaïque, Pays-Bas
5	Sardines	18,1 \$	25,6 \$	31,1 \$	41,4 %	21,5 %	États-Unis
6	Anguilles	17,5 \$	5,6 \$	17,0 \$	-68,0 %	203,6 %	Hong Kong, Belgique
7	Pétoncles	9,5 \$	14,0 \$	16,9 \$	47,4 %	20,7 %	États-Unis, Pays-Bas

8	Crevettes	21,4 \$	31,5 \$	13,5 \$	47,2 %	-57,1 %	Royaume-Uni, Danemark, États-Unis, Suède
9	Varech et algues	6,3 \$	7,0 \$	8,5 \$	11,1 %	21,4 %	États-Unis
10	Palourdes	3,3 \$	3,5 \$	5,9 \$	6,1 %	68,6 %	États-Unis
11	Oursins	3,6 \$	3,9 \$	5,7 \$	8,3 %	46,2 %	États-Unis
12	Gaspareaux	4,1 \$	4,3 \$	4,3 \$	4,9 %	0,0 %	Haïti
13	Huîtres	4,3 \$	3,3 \$	4,1 \$	-23,3 %	24,2 %	États-Unis
14	Holothuries	1,2 \$	1,2 \$	1,7 \$	0,0 %	41,7 %	Vietnam
15	Maquereaux	1,6 \$	1,3 \$	1,5 \$	-18,8 %	15,4 %	États-Unis
Tous les autres produits de la mer		15,3 \$	13,9 \$	13,7 \$	-9,2 %	-1,4 %	--
TOTAL DES PRODUITS DE LA MER		1 013,6 \$	1 093,6 \$	1 409,1 \$	7,9 %	28,8 %	États-Unis, Japon, Hong Kong, Haïti, République dominicaine, Chine, Royaume-Uni, Corée du Sud, France, Belgique

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

VENTILATION DES PRINCIPALES EXPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – HOMARDS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PRODUIT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2014 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX MARCHÉS EN 2015
1	Homards congelés (sauf la chair)	269,7 \$	360,0 \$	453,2 \$	33,5 %	25,9 %	États-Unis, Japon, Corée du Sud, Espagne, Royaume-Uni, Hong Kong, Chine, Vietnam, France, Belgique
2	Chair de homard	139,6 \$	157,2 \$	214,6 \$	12,6 %	36,5 %	États-Unis, Japon, Belgique
3	Homards vivants	80,0 \$	114,2 \$	126,9 \$	42,8 %	11,1 %	États-Unis, France, Belgique
4	Autres homards transformés	4,1 \$	2,5 \$	5,3 \$	-39,0 %	112,0 %	États-Unis, Belgique
TOTAL DU HOMARD		493,4 \$	633,9 \$	800,0 \$	28,5 %	26,2 %	Consulter le tableau précédent.

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK EN 2015 SELON LA VALEUR (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	PAYS	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRINCIPAUX PRODUITS EN 2015
1	États-Unis	858,8 \$	926,3 \$	1 213,0 \$	7,9 %	31,0 %	Homards, saumons, crabes, sardines, harengs, pétoncles, varech et algues, palourdes, oursins et huîtres
2	Japon	56,2 \$	54,4 \$	55,3 \$	-3,2 %	1,7 %	Homards, crabes, harengs
3	Hong Kong	15,7 \$	8,0 \$	20,5 \$	-49,0 %	156,3 %	Anguilles, homards, saumons
4	Haïti	12,1 \$	14,0 \$	16,6 \$	15,7 %	18,6 %	Harengs, gaspareaux
5	République dominicaine	15,9 \$	12,8 \$	16,6 \$	-19,5 %	29,7 %	Harengs

6	(Chine)	9,8 \$	10,3 \$	13,6 \$	5,1 %	32,0 %	Homards, harengs, crabes, saumons
7	Royaume-Uni	6,4 \$	11,3 \$	11,3 \$	76,6 %	0,0 %	Homards, crevettes
8	Corée du Sud	3,9 \$	0,8 \$	9,0 \$	-79,5 %	1025,0 %	Homards, anguilles
9	France	6,5 \$	5,7 \$	7,3 \$	-12,3 %	28,1 %	Homards, pétoncles
10	Belgique	0,8 \$	3,5 \$	7,1 \$	337,5 %	102,9 %	Homards, anguilles
11	Espagne	1,3 \$	4,0 \$	6,7 \$	207,7 %	67,5 %	Homards
12	Vietnam	1,0 \$	7,0 \$	5,9 \$	600,0 %	-15,7 %	Homards, holothuries
13	Pays-Bas	3,5 \$	3,7 \$	4,9 \$	5,7 %	32,4 %	Pétoncles, homards, harengs
14	Danemark	7,0 \$	8,4 \$	4,0 \$	20,0 %	-52,4 %	Crevettes
15	Suède	4,4 \$	9,3 \$	3,8 \$	111,4 %	-59,1 %	Homards, crevettes
16	Italie	2,0 \$	2,9 \$	2,9 \$	45,0 %	0,0 %	Homards
17	Taïwan	0,3 \$	0,6 \$	2,2 \$	100,0 %	266,7 %	Homards
18	Allemagne	2,4 \$	2,8 \$	1,9 \$	16,7 %	-32,1 %	Homards
19	Trinité-et-Tobago	1,5 \$	1,4 \$	1,8 \$	-6,7 %	28,6 %	Harengs
20	Jamaïque	0,5 \$	0,6 \$	0,7 \$	20,0 %	16,7 %	Harengs
Tous les autres marchés d'exportation		3,6 \$	5,8 \$	4,0 \$	61,1 %	-31,0 %	--
MONDE		1 013,6 \$	1 093,6 \$	1 409,1 \$	7,9 %	28,8 %	Homards, saumons, crabes, harengs, sardines, anguilles, pétoncles, crevettes, algues, palourdes, oursins

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

VENTILATION DES PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DES PRODUITS DE LA MER DU NOUVEAU-BRUNSWICK – ÉTATS-UNIS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

CLASSEMENT	ÉTAT	2013	2014	2015	CROISSANCE DE 2013 À 2014	CROISSANCE DE 2014 À 2015	PRODUITS PRINCIPAUX EN 2015
1	Massachusetts	463,1 \$	491,7 \$	621,0 \$	6,2 %	26,3 %	Homards, crabes, saumons, pétoncles, palourdes, crevettes, huîtres
2	Maine	63,7 \$	85,3 \$	131,2 \$	33,9 %	53,8 %	Homards, saumons, oursins, huîtres, pétoncles, palourdes, algues
3	New York	74,5 \$	60,3 \$	75,1 \$	-19,1 %	24,5 %	Saumons, homards, harengs, maquereaux
4	Floride	40,0 \$	48,7 \$	61,6 \$	21,8 %	26,5 %	Homards, crabes, saumons, sardines, harengs
5	Californie	36,2 \$	48,4 \$	51,5 \$	33,7 %	6,4 %	Homards, saumons, sardines, crabes, harengs, crevettes, algues
Tous les autres États		181,3 \$	191,9 \$	272,6 \$	5,8 %	42,1 %	--
TOTAL DES ÉTATS-UNIS		858,8 \$	926,3 \$	1 213,0 \$	7,9 %	31,0 %	Consulter le tableau précédent.

Source : Statistique Canada, CATSNET Analytique (octobre 2016)

NOTES ET DÉFINITIONS

1. Les données sur les exportations font état des « exportations nationales du Nouveau-Brunswick » et non des « exportations originaires du Nouveau-Brunswick ». Les exportations nationales sont constituées des exportations de tous les produits, qui ont été produits, extraits ou fabriqués au Nouveau-Brunswick, qui quittent la province (en passant par les douanes) pour une destination étrangère. Sont aussi comprises les exportations de marchandises importées dont la valeur a été grandement améliorée.
2. Les « produits agroalimentaires » comprennent aussi les produits agricoles produits par les fermiers, les producteurs et les grands éleveurs au Nouveau-Brunswick ainsi que les aliments et les boissons fabriqués par les transformateurs d'aliments et de boissons de la province (sans égard à l'origine des ingrédients). Ils ne comprennent pas les produits du poisson, des crustacés ou des plantes marines.
3. Les « produits de la mer » comprennent les poissons, les crustacés et les plantes marines ainsi que leurs produits qui ont été récoltés ou cultivés dans l'eau de mer et l'eau douce ainsi que les produits de la mer fabriqués par les transformateurs du Nouveau-Brunswick.
4. Les pays d'Asie comprennent la Chine, l'Égypte, Hong Kong, l'Inde, l'Indonésie, le Japon, le Koweït, la Malaisie, les Philippines, le Qatar, l'Arabie saoudite, la Corée du Sud, Taïwan, la Thaïlande et les Émirats arabes unis.
5. L'Union européenne (les 28 de l'UE) comprend l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, la Croatie, Chypre, la République tchèque, le Danemark, l'Estonie, la Finlande, la France, l'Allemagne, la Grèce, la Hongrie, l'Italie, la Lettonie, la Lituanie, le Luxembourg, la République de Malte, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, l'Irlande, la Roumanie, la Slovaquie, la Slovénie, l'Espagne, la Suède et le Royaume-Uni.
6. Les exportations de bleuets sauvages du Nouveau-Brunswick sont sous-estimées et doivent donc être interprétées avec prudence. Il en est ainsi parce qu'une proportion importante des bleuets produits au Nouveau-Brunswick sont expédiés et transformés en Nouvelle-Écosse, ce qui en fait la province d'origine de ces exportations. Il est donc plus plausible d'analyser les exportations de bleuets sauvages selon la perspective du Canada atlantique qui comprend le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard ainsi que Terre-Neuve-et-Labrador. En 2015, le Canada atlantique a exporté des bleuets sauvages d'une valeur de 153 millions de dollars, dont environ la moitié sont originaires du Nouveau-Brunswick. Les trois principales destinations des exportations étaient les États-Unis, l'Allemagne et le Japon qui avaient des parts du marché de 58 %, 15 % et 7 %, respectivement.

COORDONNÉES

Pour obtenir plus de renseignements sur les statistiques sur les exportations de produits agroalimentaires et de produits de la mer, veuillez communiquer avec :

Kimberly Watson, directrice provinciale du marketing et du commerce – alimentation
Gouvernement du Nouveau-Brunswick
Courriel : kimberly.watson@gnb.ca

ou

Edward Olale, économiste
Gouvernement du Nouveau-Brunswick
Courriel : edward.olale@gnb.ca