



CTM et CADMI :

Intégration de deux centres de haute technologie au N.-B.

Note de l'éditeur : Voici le premier article d'une nouvelle rubrique consacrée aux organisations membres du Forum sur la technologie d'ISTC, ainsi qu'aux groupes qui s'intéressent de près aux activités scientifiques et technologiques de la province.

Le Centre de technologie manufacturière (CTM) et le Centre de microélectronique (CADMI) ont récemment conclu une entente qui les amènera à intégrer leurs connaissances et compétences dans leurs domaines respectifs.

D'entités indépendantes qu'ils étaient, avec conseils d'administration distincts, ces deux centres ont maintenant un conseil mixte d'experts en technologie manufacturière et en microélectronique. Issus des secteurs privé et public.

Selon Hugh Drummond, directeur exécutif par intérim du CTM et du CADMI, cette intégration permettra de rapprocher toutes les organisations qui s'intéressent à la technologie de pointe dans la province, en facilitant les communications et le partage d'information sur leurs travaux de recherche et de développement.

"Cette nouvelle entente a fait de ces deux centres un consortium de bonne volonté et d'échange, explique Drummond. Elle donnera lieu à un forum beaucoup plus efficace pour la synergie des idées scientifiques."

Avant que cette entente ne soit conclue, c'est le Conseil de la recherche et de la productivité du Nouveau-Brunswick (CRP) qui assurait la liaison entre le CTM et le secteur privé. Fondé en 1980, le CTM est dirigé par un conseil consultatif et a pour mandat de former des techniciens dans les collèges communautaires du

Nouveau-Brunswick, de même que des professionnels dans les universités, dans les domaines de la recherche et du développement de produits.

Ses activités comprennent, en particulier, la mise au point de prototypes de machines à commande numérique et de matériel unique de précision à usage spécialisé - allant des machines à faire des rouleaux impériaux ou des pointes de piquets de clôture aux éléments des tubes de guidage des micro-ondes en passant par le matériel nucléaire.

Le CADMI, pour sa part, se consacre à la conception microélectronique avancée, notamment en ce qui a trait aux plaquettes de circuits imprimés et aux systèmes d'acquisition de données. Fondé quelques années après le CTM, le CADMI est une initiative mixte de l'Université du Nouveau-Brunswick et

de l'Université de Moncton, sans le concours du CRP. La nouvelle entente sera avantageuse pour toutes les parties en cause en favorisant le transfert technologique au secteur privé dans les quatre provinces de l'Atlantique. A cet égard, ISTC vient tout juste d'attribuer des fonds supplémentaires au CADMI, répartis sur une période de trois ans, afin de promouvoir l'application des nouvelles technologies. Son prédécesseur, le ministère de l'Expansion industrielle régionale, avait auparavant consenti une aide financière, sur cinq ans, pour la création du CADMI.

"Le nombre de compagnies qui font appel à la technologie dans la région atlantique est très élevé, par habitant", de préciser Drummond.

Grâce à cette entente, le CTM et le CADMI peuvent aider à répondre

(suite à la p. 6)



Le Centre de commerce international de Moncton a récemment participé à Interaction 89, une conférence-foire commerciale destinée à mettre en contact vendeurs et acheteurs. L'honorable John Crosbie, ministre du Commerce international, y était le conférencier invité lors des cérémonies d'ouverture. De gauche à droite : Frank McKenna, premier ministre du Nouveau-Brunswick, John Crosbie, Yvon Lavallée, directeur exécutif d'ISTC - Nouveau-Brunswick et Guy-André Gélinas, premier délégué commercial, CCI - Moncton.

Le commerce avec le Groenland et l'Islande : à l'étude

Le commerce entre le Nouveau-Brunswick et les îles nordiques du Groenland et de l'Islande est en voie de devenir viable.

Selon Guy-André Gélinas, premier délégué commercial au Centre de commerce international de Moncton, il est fort possible que des liens commerciaux viables soient établis avec le Groenland et l'Islande, ainsi qu'avec d'autres États insulaires.

L'établissement de tels liens a été envisagé en 1985 lorsque le ministère de l'Expansion industrielle régionale a entrepris une étude en vue de formuler une stratégie de commerce. Les consultations menées auprès du secteur privé, de Commerce et Technologie, de l'Association canadienne d'exportation et divers autres groupes ont donné lieu à une série de recommandations sur ce que recherchent les clients en fait de créneaux et de partenaires commerciaux.

L'étude a révélé que les exportateurs néo-brunswickois devraient orienter leurs efforts vers les petits marchés. Étant donné que l'offre doit suffire à la demande, nos petites et moyennes entreprises sont bien placées pour répondre aux besoins de petits partenaires commerciaux, tout en ayant la possibilité de croître graduellement et naturellement.

La décision de cibler les petits États insulaires comme partenaires commerciaux a été fondée sur trois critères : la faiblesse de la demande (en raison d'une faible population), l'avantage de ne pas avoir à assurer le transport des produits (puisque le

client s'en charge) et la difficulté de rompre les liens commerciaux établis avec des États insulaires.

Les deux premiers partenaires intéressants sont le Groenland et l'Islande, suivis de Porto Rico, de la République dominicaine, de Trinidad et Tobago, de la Jamaïque, de la Barbade, des Bahamas, de Cuba et des îles Féroé.

Ayant conclu que les petits marchés valent la peine d'être exploités et que les frais de recherche sont justifiés, on a décidé d'y regarder de plus près, d'établir un réseau commercial et de préparer le terrain pour ensuite laisser les entreprises prendre l'initiative.

Trois facteurs militent en faveur du Groenland et de l'Islande comme marchés cibles pour les produits du Nouveau-Brunswick : le fait que les trois paliers gouvernementaux, soit fédéral, provincial et municipal, partagent les mêmes buts et sont prêts à financer l'étude, le fait que l'utilisation de maisons de commerce permettrait de répartir les frais de commercialisation entre 20 et 30 entreprises et le fait que les fabricants du Nouveau-Brunswick et des autres provinces de l'Atlantique ont des produits à vendre. Les cycles d'expédition y sont également pour quelque chose, de même que le fait que le Groenland cherche à diversifier ses échanges commerciaux qui sont principalement avec le Danemark.

Il est une autre raison d'examiner les possibilités de commerce avec les États insulaires : l'utilisation accrue du port de Saint John. Étant donné que les marchés insulaires ont besoin de faibles quantités de produits, les exportateurs individuels ne peuvent recourir au transport, plus rentable, par conteneur plein. La concentration du fret, selon laquelle on regroupe de petites quantités de produits variés dans un même conteneur, permettrait de mieux répondre aux besoins des petits marchés. Cette fonction est actuellement remplie par les maisons de commerce.

Pour pouvoir créer un centre de concentration du fret à Saint John, il faut d'abord disposer d'un nombre suffisant de marchés. L'idée d'un tel centre est à l'étude.

En 1979, le Danemark accordait au Groenland un statut d'autonomie interne dans tous les domaines sauf en matière de politique étrangère, de

défense et de monnaie. En 1985, le Groenland se retirait de la CEE et rapatriait le siège social de sa compagnie de navigation, la KNI. La firme J.T. Knight, qui représente la KNI à Saint John, vient de mettre sur pied une maison de commerce grâce à l'appui du CCI de Moncton et du ministère des Affaires extérieures.

Les possibilités de commerce avec le Groenland et l'Islande ont fait l'objet d'une étude plus approfondie par la Canadian Institute of Marketing et la Morrison Marketing de Saint John. Fin mars, une délégation de cette dernière compagnie et du CCI de Moncton se rendait sur place recueillir de l'information de première main sur les marchés groenlandais et islandais.

Le 18 mai, une séance d'information avait lieu à Moncton afin de faire le point sur la situation. Les fabricants de la province ont ainsi été mis au courant des résultats de toutes les études faites jusqu'ici et entendu des communications sur la commercialisation des produits du Nouveau-Brunswick. Kirsten Jensen, représentant des services d'exposition du Groenland, a parlé des liens commerciaux éventuels entre son pays et la province.

Le scénario envisagé à cet égard est le suivant : avancer pas à pas, avec précaution, de manière à bien examiner les créneaux et à bien identifier les marchés. Une fois que le terrain aura été préparé par ISTC et ses organisations affiliées, ce sera aux gens d'affaires de s'attaquer aux marchés. S'il y a suffisamment d'intérêt, le Centre de commerce international enverra une mission commerciale dans ces États insulaires pour ensuite accueillir une mission d'acheteurs. Son mandat consiste à favoriser les contacts entre nos entreprises locales et les partenaires commerciaux éventuels, tout en fournissant conseils et aide financière.

Le Centre de commerce international est toujours à la recherche de nouvelles façons d'accroître l'interaction avec les entreprises néo-brunswickoises. Si vous avez des idées concernant la commercialisation internationale des produits locaux, veuillez communiquer avec le CCI, au (506) 857-6452.



Gert Godsk (à gauche), de Tourisme Nuuk, et Guy-André Gélinas, du Centre de commerce international, Moncton, contemplant la ville de Nuuk, au Groenland, depuis le bord de l'eau.

L'aquiculture promet au Nouveau-Brunswick

La salmiculture est une industrie relativement jeune au Nouveau-Brunswick, mais qui prend de l'expansion chaque année. Partant d'une seule ferme expérimentale dans les années 70, la province en compte aujourd'hui plus de 40 emplacements.

Les premières expériences faites dans le domaine de l'élevage commercial du saumon de l'Atlantique dans les Maritimes remontent au début des années 70 dans la baie de Fundy. Mais ce n'est que vers la fin de la décennie que les efforts ont commencé à porter fruit. Tellement, en fait, que la Norvège et l'Écosse se sont inspirées de la technologie canadienne pour lancer leurs propres industries aquicoles.

Depuis ces premiers succès, l'aquiculture a connu un essor rapide au Nouveau-Brunswick. En 1988, les éleveurs de saumon de l'Atlantique ont enregistré des ventes de 45 millions de dollars, chiffre qui devrait dépasser le cap des 100 millions d'ici à 1991. On s'attend que l'industrie aquicole soit bientôt plus lucrative que les industries du lait et de la pomme de terre au Nouveau-Brunswick.

Selon Sharon MacIntyre, directrice générale par intérim de l'Association des éleveurs de saumon du Nouveau-Brunswick, les emplois dans le secteur aquicole augmentent d'année en année grâce à une croissance soutenue. "À l'heure actuelle, dit-elle, il y a dans la province environ 350 emplois directement reliés à l'industrie et, par effet d'entraînement, plus de 1000 emplois indirects."

Ces emplois, qui durent toute l'année, sont en grande partie occupés par des travailleurs non qualifiés, dont 60 à 70 % étaient auparavant au chômage. "Il en est résulté de nombreuses possibilités intéressantes, de dire MacIntyre, pour les industries locales telles que la pêche au hareng, l'acier, les aliments pour poissons, les matières plastiques, les transports et bien d'autres encore."

L'aquiculture a pris son essor dans les provinces de l'Atlantique lorsqu'on a découvert les possibilités offertes par la région des îles de l'Ouest, dans la baie de Fundy. Cette région, avec ses anses relativement protégées et ses eaux tempérées, possède les caractéristiques géophysiques

nécessaires à l'élevage du saumon. Sur les diverses espèces de saumon et de truite qui y ont été élevées, c'est le saumon de l'Atlantique qui a le plus de potentiel, grâce à son taux de croissance rapide.

Le Canada est loin d'avoir le monopole de cette industrie. D'après Roger Léger, agent supérieur du développement sectoriel aux bureaux d'ISTC à Moncton, la Norvège a produit à elle seule plus de 75 000 tonnes de saumon de l'Atlantique l'année dernière et prévoit en produire plus de 100 000 en 1989. La Norvège, qui a jusqu'ici vendu le gros de sa production à la Communauté économique européenne, se tourne maintenant davantage vers les États-Unis et le Japon pour écouler son surplus. Les producteurs norvégiens ont également adopté une nouvelle stratégie commerciale axée sur le fusionnement avec les grandes entreprises américaines et japonaises. L'Écosse et la Norvège ont eu 15 ans pour mettre leur système au point. Le Canada devra travailler ferme s'il veut concurrencer, avec succès, les grands de l'industrie.

D'un intérêt particulier est le projet Europe 1992 de la CEE. Ce projet a pour principal objectif de renforcer la compétitivité de l'Europe vis-à-vis des États-Unis et du Japon et de promouvoir l'unité des pays européens

en créant un marché interne unique. Il est encore trop tôt pour savoir quel effet cela aura sur la Norvège, qui n'est pas encore membre de la Communauté économique européenne, mais il est possible que l'industrie locale s'en ressente également.

À l'heure actuelle, le Canada exporte de 70 à 80 % de sa production de saumon de l'Atlantique aux États-Unis. Puisque les Maritimes sont si proches de la côte est des États-Unis, nous pouvons y expédier notre saumon frais plus rapidement et plus économiquement.

"Compte tenu de la croissance rapide de la production mondiale de saumon de l'Atlantique, explique Léger, l'avenir sera plein de défis pour l'industrie. Sans compter que les autres pays producteurs, tels que le Japon, l'Irlande et la Nouvelle-Zélande, sont capables de prendre une part encore plus grande du marché."

Bien que les prix semblent avoir tendance, dernièrement, à baisser, les producteurs néo-brunswickois sont optimistes. Et, comme le dit Sharon MacIntyre, "tant que l'on s'emploiera à mettre au point des techniques toujours plus efficaces, le Nouveau-Brunswick peut s'attendre à voir l'élevage du saumon devenir son secteur primaire le plus important".

Les éleveurs de saumon du N.-B.

L'élevage du saumon de l'Atlantique a débuté en Norvège au début des années 60. Maintenant une industrie mondiale, le saumon est élevé au Chili, au Japon, en Écosse, en Nouvelle-Zélande et au Canada, plus précisément en Colombie-Britannique et dans les provinces de l'Atlantique.

En 1987, le Nouveau-Brunswick a récolté 1000 tonnes de saumon de l'Atlantique, pour une valeur de 13 millions de dollars. En 1988, la récolte a triplé à 3000 tonnes, soit 45 millions. En 1991, on s'attend que la production passe à 7000 tonnes.

Dans les provinces de l'Atlantique, il n'y a pas beaucoup d'endroits qui se prêtent à l'élevage du saumon à cause des températures trop basses de l'eau. Mais on en trouve, notamment dans la baie de Fundy, à Shelburne en Nouvelle-Écosse, au Cap-Breton et à Baie d'Espoir, à Terre-Neuve.

La baie de Fundy est particulièrement propice à l'aquiculture en raison de ses fortes marées. Le saumon ayant besoin d'eau non polluée, les marées de la baie de Fundy ont un effet de chasse extrêmement vivifiant sur l'eau. Le saumon a également besoin d'être protégé contre les prédateurs. Aussi, les exploitants de fermes aquicoles entourent-ils les cages marines de filets robustes afin d'empêcher les oiseaux et les mammifères aquatiques, tels que les phoques, de s'attaquer au saumon.

Le saumon d'élevage diffère très peu du

saumon sauvage qui passe la première partie de sa vie en eau douce et le reste, en eau salée. Dans une ferme d'élevage, le saumon est gardé dans des bassins d'eau douce pendant une période pouvant aller jusqu'à deux ans. Puis, une fois qu'il a atteint une certaine grosseur, on le transfère dans de l'eau salée. Là, on le nourrit quotidiennement jusqu'à ce qu'il atteigne un poids de 8 à 10 livres, puis on le récolte. Le saumon est expédié frais (c'est-à-dire nettoyé et traité dans les trois heures qui suivent sa sortie de l'eau) aux principaux marchés, dont Toronto, Montréal et Boston. Et, bien entendu, un autre avantage de l'élevage du saumon vient de ce que les approvisionnements sont constants, à l'année longue, plutôt que saisonniers.

Afin de promouvoir l'industrie de l'élevage du saumon de l'Atlantique, les entreprises aquicoles de la baie de Fundy ont formé l'Association des éleveurs de saumon du Nouveau-Brunswick. Sous la direction infirmière de Sharon MacIntyre, l'association a pour mission de communiquer avec les responsables de la réglementation de l'industrie aquicole. Elle tient également des réunions régulières afin de favoriser l'échange d'information technique, d'encourager l'adoption de bonnes pratiques d'élevage et d'améliorer la qualité des produits du saumon d'élevage du Nouveau-Brunswick.

Campagne de consolidation du secteur de l'environnement

Maintenant que le gouvernement fédéral s'intéresse de près aux questions ayant trait à l'environnement, ISTC s'emploiera à stimuler le développement et la commercialisation des techniques, des produits et des services canadiens dans le domaine de l'environnement.

Pour ce faire, ISTC entend lancer une campagne de consolidation du secteur de l'environnement, laquelle sera menée par sa Division du développement industriel et sectoriel, située à Moncton au Nouveau-Brunswick, de concert avec l'administration centrale du ministère à Ottawa et d'autres partenaires gouvernementaux.

Selon Eric Robichaud, administrateur du développement industriel et sectoriel, la campagne englobera des activités horizontales, c'est-à-dire visant plusieurs secteurs reliés à l'environnement. En faisant ainsi appel aux entreprises, aux universités, aux centres de recherche et au gouvernement, on espère aider le secteur de l'environnement à se tailler une place de calibre mondial sur le marché.

"En collaboration avec les ministères fédéraux de l'Environnement, des Affaires extérieures et de la Statistique, nous, chez ISTC, voulons acquérir des connaissances et identifier des activités cibles qui aideront à protéger l'environnement et à renforcer la compétitivité de nos industries de l'environnement sur la scène internationale", explique Robichaud.

Les industries de l'environnement fournissent des services aussi bien que des produits. Ce sont des entreprises privées ou publiques qui offrent des services de recherche, de contrôle et de gestion ou qui assurent la conception et la fabrication de produits servant à protéger l'environnement. D'autres encore s'adonnent à la collecte, l'analyse et la diffusion de données statistiques sur l'environnement.

"Nous voulons examiner les capacités et les faiblesses des diverses industries de l'environnement et cerner les possibilités de développement", d'ajouter Robichaud.

En particulier, la campagne s'adresse aux groupes suivants : les ingénieurs-conseils (c.-à-d. ceux qui s'occupent des déchets solides et industriels, de la pollution de l'air et de l'eau); les entreprises de construction (c.-à-d. celles qui construisent des systèmes de contrôle de la pollution); les experts-conseils en environnement; les universités, les laboratoires de

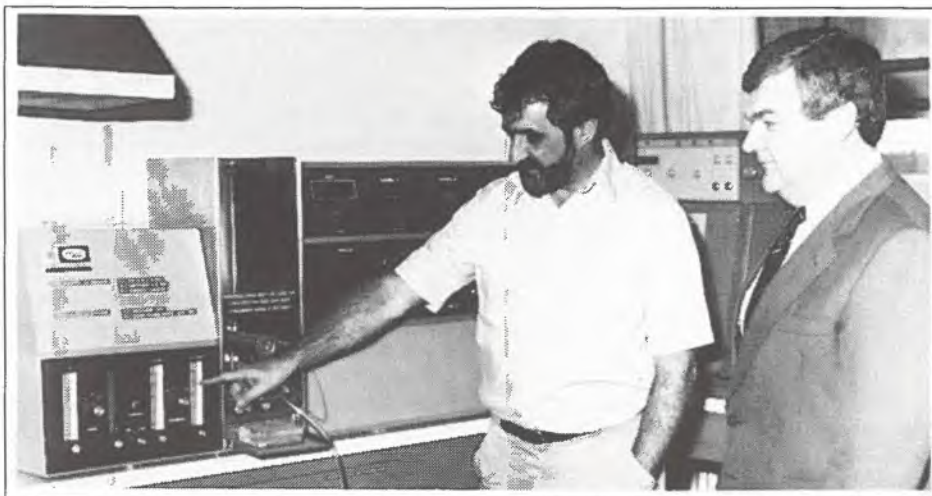
recherche et les fabricants de matériel anti-pollution.

"Le Canada est perçu comme un chef de file en matière d'environnement, poursuit Robichaud. Les activités dans ce secteur ont beaucoup de potentiel, tant à l'échelon national qu'à l'échelon international. C'est pourquoi nous trouvons nécessaire de mener une telle campagne afin de regrouper les entreprises qui s'intéressent à l'environnement. Nous voulons leur fournir un forum pour l'échange d'information; identifier et exploiter leurs points forts. En d'autres mots,

nous voulons opérer le "croisement" des connaissances et compétences de chaque entreprise de manière à obtenir une combinaison optimale de leurs atouts. Nous voulons le meilleur de ce que chaque participant a à offrir."

Le besoin d'une telle consolidation des connaissances est évident. En effet, il existe des marchés intéressants pour les produits et services à haute valeur ajoutée sur le plan scientifique et des connaissances. De plus, le Canada a déjà fait ses preuves dans certains domaines et

(suite)



L'établissement de réseaux de consultation avec l'industrie, les associations et les universités aide à consolider les vastes connaissances qui existent au Canada en matière d'environnement. On aperçoit, à gauche, Louis Lapierre, un membre de la Table ronde du Nouveau-Brunswick sur l'environnement et l'économie professeur à l'Université de Moncton et, à droite, Eric Robichaud, administrateur du développement industriel et sectoriel, ISTC Moncton, en train d'examiner quelques nouveaux outils de mesure.

Je suis engagé(e) dans le secteur de l'environnement et j'aimerais recevoir de plus amples renseignements.

Nom : _____

Entreprise/organisation : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____ Télécopieur : _____

Genre d'affaires/domaine d'activité (joindre brochure, etc.)

L'environnement

(suite de la p. 4)

nous disposons d'une base de recherche gouvernementale bien développée.

La campagne de consolidation du secteur de l'environnement cherche à combler plusieurs lacunes. Entre autres, il y a le manque d'identité et de cohésion qui règne au sein du secteur; le manque d'information sur la taille du marché, la pénétration des produits importés, la structure économique et la performance; le manque d'expérience commerciale et d'appui financier chez les petites entreprises; et, par-dessus tout, le manque d'orientation des efforts de développement des gouvernements et la dispersion générale de la recherche et des connaissances parmi les entreprises, les organismes gouvernementaux, les universités et d'autres groupes.

La campagne débutera par des enquêtes statistiques et des études axées sur la technologie, la recherche, les marchés, les capacités, etc. Des activités particulières seront ensuite organisées à l'échelle nationale autant qu'internationale.

Comme exemple d'un programme national déjà en place, mentionnons le programme de développement des techniques d'assainissement du fleuve Saint-Laurent. Ce programme, d'une durée de cinq ans et doté de 20 millions de dollars, vise à réduire la pollution industrielle du Saint-Laurent et à mettre au point des techniques de dépollution en vue de les appliquer à d'autres cours d'eau canadiens ou internationaux. Les projets financés en vertu de ce programme sont destinés à promouvoir le développement et l'application de nouvelles technologies propres à favoriser la mise au point de produits et de procédés ayant un potentiel de commercialisation et d'exportation.

"Nous avons besoin d'établir des réseaux de consultation avec les entreprises et des liens de communication avec les universités et les associations, ajoute Robichaud. Nous avons de grandes connaissances et de grandes compétences dans le domaine de l'environnement partout au Canada. La campagne a pour but de consolider les acquis et de renforcer notre capacité industrielle."

Si vous représentez une entreprise ou une organisation qui travaille dans le secteur de l'environnement, nous aimerions vous parler. Veuillez envoyer votre carte de visite ou une brochure d'affaires, accompagnée du bon ci-joint, à :

*Eric Robichaud
Administrateur,
Développement industriel et sectoriel
Industrie, Sciences et Technologie
Canada
C.P. 1210
770, rue Main
Moncton (N.-B.) E1C 8P9*

Calendrier des manifestations

Date	Manifestation	Lieu	Organisme	Renseignements
22-25 juin	Foire aquicole de l'Atlantique	St. Andrews	Atlantic Aquaculture Fair, Inc.	Blair G. Moffat (506) 529-3555
11-16 août	Aquanor	Norvège	CCI	R. Léger (506) 857-6461
20-24 août	Conférence annuelle des métallurgistes	Halifax	MetSoc	Roger Hollingshead (902) 427-3421
septembre	Séance d'information/mallage - aquiculture	Moncton	ISTC	R. Léger (506) 857-6461
5-11 sept.	Off-Shore Europe '89	Aberdeen	CCI	G. MacLennan (506) 857-6445
22-29 sept.	Foire commerciale (proposée)	Nuuk, Groenland	MAE/CCI	G.-A. Gélinas (506) 857-6440
octobre	Foire commerciale (proposée)	Reykjavic, Islande	MAE/CCI	G.-A. Gélinas (506) 857-6440
octobre	Exposition DISCOVERY	U de M, Moncton	ISTC	R. Jones (506) 857-6480
octobre	Exposition DISCOVERY	UNB, Fredericton	ISTC	R. Jones (506) 857-6480
18-21 oct.	Fish Expo '89	Seattle	CCI	G. MacLennan (506) 857-6445
6-10 nov.	Marketplace	Moncton Saint John Fredericton	MEA/CCI	J. Richard (506) 857-6459
15-17 nov.	Mission des nouveaux exportateurs vers les États frontaliers (NEBS)	Boston	CCI	J. Richard (506) 857-6459
1-4 déc.	Work Boat Show '89	Nouvelle-Orléans	CCI	G. MacLennan (506) 857-6445
17-22 jan.	National Association Home Builders Show (NEXUS)	Atlanta	CCI	G. MacLennan (506) 857-6445

Légende

ISTC - Industrie, Sciences et Technologie Canada
MEA - Ministère des Affaires extérieures

CCI - Centre de commerce international
MetSoc - Metallurgic Society

Marketplace 89 : une invitation aux délégués commerciaux

Les délégués commerciaux d'un peu partout dans le monde sont invités à venir au Nouveau-Brunswick cet automne afin de visiter les entreprises locales.

Marketplace 89 se déroulera du 6 au 10 novembre, dans le cadre du mois du commerce et de l'exportation Canada, en octobre.

Dans le passé, les entreprises locales venaient rencontrer les délégués commerciaux en un endroit central. Cette année,

les délégués commerciaux seront invités à visiter les entreprises sur place.

D'expliquer John Richard, du Centre de commerce international de Moncton, "nous demandons à nos exportateurs de nous faire savoir quels sont les pays ou les régions qu'ils aimeraient voir représenter par les délégués commerciaux". Tous ceux et celles qui ont des suggestions à faire sont priés de communiquer avec moi, au 1-800-332-3801."

Globe 90 - un forum international

Un autre volet de la campagne de consolidation du secteur de l'environnement est la tenue de Globe 90, une conférence-foire commerciale qui aura lieu du 19 au 23 mars 1990, à Vancouver.

Cette conférence-foire commerciale portera sur le côté affaires des questions touchant à l'environnement.

La tranche foire est axée sur les produits, services et techniques les plus récents de l'industrie internationale de l'environnement. Plus de 40 pays y seront représentés par quelque 500

exposants, dont 80 entreprises canadiennes.

La tranche conférence explorera les applications des outils de développement économique soutenable. Plus de 1 500 délégués, dont 500 du Canada, pourront entendre quelque 400 communications provenant de 13 secteurs industriels différents.

Si vous êtes du Nouveau-Brunswick et que vous songez à y assister, ou si vous désirez de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Eric Robichaud, d'ISTC, au (506) 857-6450

Foires commerciales et mission d'acheteurs

De plus amples renseignements sur les activités suivantes du ministère des Affaires extérieures peuvent être obtenus en composant le (506) 857-6452 ou le Zenith 1-800-332-3801.

AGRICULTURE ET ALIMENTATION : PRODUITS ET SERVICES

Amérique latine
Agroexpo '89
Séminaires - amélioration du bétail
Mission d'acheteurs - bétail laitier

Bogota (Colombie)
Pérou, Chili, Venezuela
d'Amérique latine

juillet
septembre
novembre

Antilles/Amérique centrale
Mission d'acheteurs
- pommes de terre

du Mexique
et de la Colombie

juillet

Mission d'acheteurs
- produits de la viande

du Mexique

octobre

Moyen-orient
Semaine canadienne de l'alimentation
au Koweït

Abu Dhabi

octobre

Europe (sommet)
Royal Agricultural Show
Foires internationale de
l'alimentation Anuga

Stoneleigh (R.-U.)
Cologne (Allemagne)

juillet
octobre

États-Unis
Texas Nurserymen Association Show
Eastern Dairy Deli Show
Solo Food Fair
Florida Restaurant Association
Solo Food Show
Amarillo Farm & Ranch Show

New York (New York)
Buffalo (New York)
Floride
Cleveland
Amarillo (Texas)

août
août
septembre
septembre
novembre
novembre

PECHE : PRODUITS ET SERVICES CONNEXES
Europe (sommet)
Inspecteurs des pêches

d'Italie

septembre

Europe (hors sommet)
Aquaculture/Aquanor

Oslo (Norvège)

août

Amérique latine
Mission - services/matériel de pêche

du Chili et
de l'Argentine

septembre

États-Unis
New York Seafood Show
Seafare Southeast

New York
Floride

octobre
novembre

DÉFENSE : PROGRAMMES, PRODUITS ET SERVICES
États-Unis
Mission de la SPCC
Mission - défense
Mission d'acheteurs - sous-traitants
Mission de la DCSC

au Canada atlantique

septembre
septembre
octobre
octobre

TECHNOLOGIE DE POINTE : PRODUITS ET SERVICES
Europe (hors sommet)
Mission - communications

à Madrid, Barcelone
et Séville

septembre

Antilles/Amérique centrale
Mission - matériel/services de
télécommunications

de la Barbade,
Iles sous le Vent/du Vent

novembre

ÉLECTRICITÉ ET ÉNERGIE : MATÉRIEL ET SERVICES
Asie Pacifique sud
Distribution de l'électricité/électrification
rurale

septembre

TRANSPORTS : SYSTEMES, MATÉRIEL, COMPOSANTES ET SERVICES
États-Unis
Work Boat Show

novembre

INDUSTRIE FORESTIERE : PRODUITS, MATÉRIEL ET SERVICES
Europe (sommet)
Mission - panneaux d'agglomérés
Interbuild '89 - salon de la construction

au Royaume-Uni
Birmingham (R.-U.)

septembre
novembre

Amérique latine
Congrès sur les pâtes et papiers
d'Amérique latine

Santiago

septembre

Japon
Produits convertis du bois

au Japon

septembre

États-Unis
Florida Lumberman Show
Pulp & Paper Maintenance '89

Floride

septembre
novembre

INDUSTRIE PÉTROLIERE : MATÉRIEL ET SERVICES
Europe (sommet)
Foires Offshore Europe

Aberdeen (R.-U.)

septembre

PRODUITS DE CONSOMMATION
États-Unis
National Hardware Show
International Lawn & Garden Show
IMTEC Boat Show - International
Trade Exhibit & Conference

Chicago (Illinois)
Louisville (Kentucky)

août
juillet
octobre

ÉDUCATION : PRODUITS MÉDICAUX ET DE SANTÉ
Antilles/Amérique centrale
Mission d'acheteurs
- matériel médical

de Cuba

septembre

Europe (sommet)
Medica

Düsseldorf (RFA)

novembre

INDUSTRIE DE LA CONSTRUCTION

Amérique latine
Salon solo de la construction/matériaux
de construction

San Juan (Porto Rico)

septembre

États-Unis
Solo Building Show
Solo Building Show
Interior Design Centre
of New York Reception
Minnesota Society of
American Architects
The Building Show

Detroit (Michigan)
Seattle (Washington)
New York
Minnesota
Houston (Texas)

septembre
novembre
octobre
novembre
novembre

MACHINES, USINES ET SERVICES INDUSTRIELS
Afrique
Mission - eau

au Maroc

septembre

DIVERS
Moyen-orient
Mission - maisons de commerce

en Iraq

octobre

TOURISME
États-Unis
Congrès de l'ASAE
IT and ME
Foires commerciales d'automne

Boston (Mass.)
Chicago (Illinois)
Syracuse (N.Y.)
Rochester (N.Y.)
Buffalo (N.Y.)
Cleveland (Ohio)
Washington (D.C.)
Syracuse (N.Y.)
Washington (D.C.)

12-16 août
26-28 sept.
26-28 sept.
8 octobre
25 octobre
27-29 oct.
8 novembre

Great Day Tours (en autocar)
Travel Marketplace
Syracuse Ski Show
Canada Calling

Cherchez-vous des renseignements sur des foires commerciales et industrielles qui ont trait aux activités de votre entreprise, mais qui ne figurent pas sur la liste ci-dessus? Le bureau d'ISTC possède un répertoire des foires industrielles à l'échelle mondiale, catégorisé par sujet et par pays. Pour tout renseignement, composez le (506) 857-6452 ou le Zenith 1-800-332-3801.

CTM et CADMI

(suite de la p. 1)

aux besoins de recherche et de développement des entreprises néo-brunswickoises en mettant leurs installations à leur disposition. Celles-ci ont ainsi accès à du matériel CFAO (conception et fabrication assistées par ordinateur), des machines robotiques, des logiciels et systèmes de développement de microprocesseurs et aux services de plus de 200 experts technologiques.

Le CTM et le CADMI peuvent également aider à effectuer des études de faisabilité, obtenir des services financiers et réaliser des projets de formation. Grâce à des fonds d'ISTC, par exemple, un représentant peut aller parler aux compagnies de leurs perspectives de recherche et de développement, de la réalisation de projets particuliers ou de la gestion des risques technologiques.

"Si un inventeur désire modifier sa ligne de produits, nous pouvons le conseiller sur la façon de s'y prendre du point de vue manufacturier", explique Drummond. Il peut procéder par étapes, et est libre de changer d'avis n'importe quand."

Le CTM et le CADMI offrent un réseau d'esprits novateurs, des installations de pointe et une capacité manufacturière inégalée grâce au concours des universités et collèges communautaires du Nouveau-Brunswick, ainsi que du CRP. La province possède, en tout, dix centres qui peuvent offrir des services spécialisés dans les domaines de la technologie manufacturière et de la microélectronique. Pour en savoir plus long à ce sujet, prière de communiquer avec Hugh Drummond au 1-800-561-4004.

I S T C
Nouveau-Brunswick

Le bulletin ISTC Nouveau-Brunswick est publié
par Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Bureau régional :
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (N.-B.) E1C 8P9
Téléphone : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 857-6429

Fabriqué au Nouveau-Brunswick

Les sociétés désireuses de se prévaloir de cette rubrique ont seulement à faire parvenir un texte ne dépassant pas 50 mots sur leur produit ou service, accompagné d'un logo, d'un dessin, ou d'une photo en noir et blanc tirée sur papier glacé à "Fabriqué au Nouveau-Brunswick", *ISTC Nouveau-Brunswick, Industrie, Sciences et Technologie Canada, C.P. 1210, Moncton (N.-B.) E1C 8P9. Puisqu'il s'agit d'une publication bilingue, il serait bon d'envoyer le texte en anglais et en français, si c'est possible.*



Imperial Sheet Metal Ltd.

SERVING HEATING, HARDWARE AND BUILDING PRODUCTS DISTRIBUTORS

La Imperial Sheet Metal Ltd. s'adonne principalement à la fabrication de tuyaux et raccords galvanisés destinés aux systèmes de chauffage et de ventilation. La compagnie a trois bâtiments dans le parc Industriel de Richibucto, au Nouveau-Brunswick (situé à environ 45 minutes au nord de Moncton), et un entrepôt environ un mille plus loin. Ses effectifs sont de 50 employés hors saison et de 90 en saison de construction, soit de juillet à novembre. Le président-directeur général, Normand Caissie, a débuté en 1979 avec 6400 pieds carrés de

superficie. Aujourd'hui, ses installations couvrent 50 000 pieds carrés. Une usine servant à la fabrication de poteaux en acier galvanisé et d'accessoires divers pour la construction commerciale et industrielle occupe une partie de cet espace. La compagnie coupe et taille également des feuilles plates pour d'autres fabricants. Une autre division, la Imperial Brush Co. Ltd., fabrique des brosses à cheminée et divers accessoires de quincaillerie et de nettoyage pour les systèmes de chauffage.

Bien que son principal marché soit constitué des provinces de l'Atlantique, la compagnie vend également à des commerçants et

distributeurs de gros partout au Canada. Certains produits, tels que les brosses à cheminée et les tuyaux noirs, sont exportés aux États-Unis, notamment en Oregon, en Virginie de l'Ouest et au Nouveau-Mexique. Pour ce qui est de l'avenir, la compagnie désire continuer à étendre sa base de clients, tout en veillant à ce que ses nouveaux produits soient rapidement mis en marché.

*RENSEIGNEMENTS : Jos Landry
Directeur des ventes
Imperial Sheet Metal Ltd.
C.P. 536
Richibucto (N.-B.) Canada
EOA 2M0, tél. : (506) 523-9117*

Brasserie Labatt au Nouveau-Brunswick

La brasserie qui porte aujourd'hui le nom de Labatt à Saint John, au Nouveau-Brunswick, a été construite en 1965 par la brasserie Oland et achetée en 1970 par la brasserie Labatt. Son siège social pour la région est d'ailleurs la Oland Breweries Ltd., de Halifax, qui est à son tour une division de la Labatt's Breweries of Canada. Quelque 145 employés y produisent la Bleue, la Légère, la 50, la Keith's, l'Export et la Schooner.

La bière est distribuée au Nou-



veau-Brunswick, à l'Île-du-Prince-Édouard et même au Porto Rico, par conteneur direct. Plus de 230 000 hectolitres (66 millions de bouteilles)

sont expédiées au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard par année, et 15 000 hectolitres (4,2 millions de bouteilles) au Porto Rico.

Comme plans d'avenir, la brasserie songe à développer le marché antillais.

*RENSEIGNEMENTS : Ron Smitheram
Directeur d'usine
C.P. 3070, Succursale B
Saint John (N.-B.) Canada
E2M 4X7, tél. : (506) 645-5050*



LA CIE. DE TOURBE FAFARD LTÉE

Ca pousse en grand

Le pionnier de l'industrie de la tourbe horticole dans les Maritimes, la Fafard Peat Moss Co., Ltd., emploie jusqu'à 200 personnes durant sa saison de production.

La compagnie a vu le jour à Shippagan, au Nouveau-Brunswick, en 1942. Après avoir construit de nouvelles usines en 1955 et en 1960 à Inkerman (N.-B.), elle a continué de

prendre de l'expansion en achetant des tourbières à Birch Ridge et Burnt Church, toujours au Nouveau-Brunswick. La compagnie produit en moyenne 1,5 million de balles de tourbe par année.

Sa production est à 65 % exportée aux États-Unis, le reste étant vendu au Japon et au Canada.

Le groupe Fafard ne produit pas

que de la tourbe, mais compte bien d'autres produits à son actif, dont les mélanges sans terre. Ce n'est là qu'un exemple de sa recherche constante de produits propres à satisfaire aux besoins de l'industrie horticole.

*RENSEIGNEMENTS : René Martin
Directeur général
C.P. 70
Shippagan (N.-B.) Canada
EOB 2P0, tél. : (506) 336-2325*