



Séminaire sur les débouchés commerciaux de la CE 92

Plus de 140 participants de l'industrie et du gouvernement ont assisté à un séminaire d'un jour sur les produits forestiers, tenu à l'Hôtel Beauséjour de Moncton, en octobre dernier.

Organisé et financé conjointement par le ministère fédéral des Affaires extérieures et le ministère provincial du Commerce et de la Technologie, ce séminaire a permis aux intéressés de tout l'Est canadien, ainsi qu'aux représentants commerciaux des consulats français et anglais, d'examiner les répercussions de la CE 92.

À la suite de ce séminaire, les représentants de trois entreprises néo-brunswickoises (Plancher Héritage Ltée, Cèdre Restigouche Ltée et Taylor Wood Products) se sont rendus en Europe, et plus précisément en Allemagne, afin de voir de plus près le marché des produits forestiers et d'évaluer les possibilités pour les entreprises des provinces de l'Atlantique. La visite a été organisée par la Dimter GmbH, un important fabricant de machines à travailler le bois et un des chefs de file mondiaux dans les techniques d'assemblage par entures multiples.

Pour sa part, ISTC a été invité par le Bureau du bois de sciage des Maritimes à organiser une mission à Bruxelles, en Belgique, en février 1991 afin d'examiner le marché des produits destinés à la construction de bateaux en bois et de rencontrer des acheteurs ou des représentants des pays du Benelux.

Étant donné qu'un immense marché sera créé lorsque l'union économique européenne entrera en vigueur en 1992, il faut absolument que l'industrie



Un certain nombre des personnes qui ont participé au séminaire en ont profité pour visiter le verger de J.D. Irving, à Parkingdale (N.-B.). De gauche à droite : Guy-André Gélinas, ISTC-N.-B.; William Stolz, MAE Atlanta; Hart Kuntz, J.D. Irving; John Lang, MAE, Ottawa; Natalie Cornell, MAE, Chicago; Peter Ethridge, J.D. Irving; et Curtis Copeland, Haute commission canadienne, MAE, Londres, Angleterre.

du bois des Maritimes modifie quelque peu sa façon de faire si elle veut profiter des débouchés qui en découleront.

Selon Stephen Crabbe, président de la St. Stephen Fence, de St. Stephen au Nouveau-Brunswick, les entreprises forestières locales qui continuent à produire en vrac des biens de consommation courante à une époque où la transformation secondaire prend de plus en plus d'importance doivent changer si elles veulent bénéficier du marché que représentent les 329 millions Européens. S'ils ne changent pas, les choses risquent d'aller très mal pour l'industrie locale du bois.

Dieter Harisch, directeur des ventes chez la Dimter-GmbH, est d'accord avec M. Crabbe. Il a, en effet, confirmé que d'intéressantes possibilités ont été créées par l'union

économique européenne et l'ouverture des marchés de l'Europe de l'Est, mais que l'industrie canadienne du bois va devoir fournir des produits spécialisés, tels que des portes et des cadres de fenêtres, pour percer sur le marché.

Les entreprises forestières des Maritimes devront investir des sommes importantes pour pouvoir produire ces produits spécialisés, mais les débouchés créés rendront la chose des plus profitables, d'ajouter M. Harisch.

Nous aurons des possibilités formidables à cause de notre position enviable sur le marché. Si les investissements sont là et si nous changeons nos pratiques forestières de manière à faire la meilleure utilisation possible de notre matière première, oui, le jeu en vaudra vraiment la chandelle. Mais nous devons agir dès maintenant.

Le RADAR a un nouvel élément : le tourisme

Le Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires (RADAR) a un nouvel élément : le tourisme. Celui-ci a été ajouté au printemps dernier après que le gouvernement eût constaté que les promoteurs touristiques canadiens étaient intéressés à faire partie du réseau.

Le volet RADAR-Tourisme a pour but d'aider l'industrie canadienne du tourisme à réaliser son plein potentiel en devenant la source la plus complète et la plus fiable de renseignements et d'idées en matière de voyages. Ce sera, en effet, la première source que l'on consultera pour connaître les produits et les services touristiques canadiens prêts à exporter.

L'été dernier, plus de 100 entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick ont été invitées à s'inscrire à ce système informatique en ligne, dont les avantages comprennent, outre sa gratuité, la possibilité de se faire connaître partout dans le monde, d'accéder à de nouveaux débouchés et d'établir de nouveaux contacts. Une liste complète des entreprises inscrites devrait être publiée au début de la nouvelle année.

Pour pouvoir s'inscrire au RADAR-Tourisme, les fournisseurs canadiens doivent satisfaire à certains critères. Ils doivent, notamment, avoir un produit ou un service vendable au consommateur, ainsi qu'un barème de tarifs nets ou à commission pour le secteur des voyages (grossistes, voyagistes ou agents de voyage); avoir des produits ou des services pouvant être intégrés à des itinéraires de voyage (existants ou activement planifiés) organisés pour des groupes internationaux ou des voyageurs indépendants étrangers par des entreprises de voyage ou des organismes qui favorisent le voyage (clubs de ski, associations de loisir, etc.); être en mesure de démontrer que le produit est de calibre international, c'est-à-dire qu'il peut être vendu sur des marchés appropriés selon un barème de prix conforme aux exigences applicables de l'industrie touristique.

Le RADAR-Tourisme est particulièrement intéressant pour les petites entreprises touristiques peu connues qui peuvent ne pas avoir les moyens d'engager des sommes importantes sur

les marchés américains ou outre-mer, mais qui sont capables de satisfaire à la demande de la clientèle internationale canadienne.

Le Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires est une banque de données informatisées sur plus de 25 000 sociétés canadiennes. On y trouve des renseignements généraux sur les produits, les services et les opérations susceptibles d'être utiles aux clients éventuels. Le réseau a été créé en 1980 par Industrie, Sciences et Technologie Canada, en collaboration avec les gouvernements provinciaux participants. Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec le bureau régional d'ISTC à Moncton au (506) 851-6455.

Tendances et perspectives du secteur de la pêche pour l'an 2000

Un séminaire de deux jours est en

cours de planification pour le secteur de la pêche du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse. Ce séminaire, prévu pour les 27 et 28 février prochain, à Moncton, permettra de dégager les possibilités de mieux adapter la production de poisson et de fruits de mer aux besoins du marché.

Organisé par ISTC-N.-B./I.-P.-É., en consultation avec l'industrie, ce séminaire sera coparrainé par divers ministères et organismes provinciaux et fédéraux.

Des représentants clés de l'industrie, venant d'un peu partout dans le monde, se pencheront sur des questions telles que les tendances du marché, les débouchés particuliers, l'emballage, les réseaux de distribution, les créneaux spécialisés et les possibilités pour les petites entreprises d'accéder aux marchés (exportation directe, production à contrat, associations). On y discutera également du développement des produits et des

(suite à la p.4)



Un certificat de mérite a récemment été décerné à la Thomas Equipment Ltd. dans le cadre du Programme de visite Industrielle. De droite à gauche, on aperçoit : Claude Dubé, vice-président, ingénierie; Brian Giberson, directeur, planification de la production; Yvon A. Lavallée, directeur exécutif, Industrie, Sciences et Technologie Canada; Alan Vail, directeur, fabrication; Horst Mattem, président exécutif; et Gordon MacLennan, agent supérieur du développement sectoriel, Industrie, Sciences et Technologie Canada. Le Programme de visite Industrielle, qui est parrainé par ISTC, permet à des entreprises canadiennes qui ont fait preuve de leadership dans l'adoption de nouvelles technologies manufacturières d'organiser des visites structurées de leurs installations pour des fabricants non concurrents qui songent à adopter de telles technologies. En communiquant directement avec les personnes qui ont mis au point et installé de nouveaux équipements ou procédés, les visiteurs peuvent obtenir une opinion objective concernant les avantages et les coûts qu'ils peuvent escompter. Le programme permet également aux chefs d'entreprises de créer des réseaux avec des personnes qui ont les mêmes défis techniques à relever. Le succès du programme réside dans le fait qu'il a su, d'une part, inciter des compagnies dynamiques à faire visiter leurs installations et, d'autre part, à encourager les décideurs à donner suite à ce qu'ils ont vu au cours de leurs visites.

Service aux fournisseurs

Les entreprises des provinces de l'Atlantique font face, en ce début des années 90, à une nouvelle décennie pleine de défis. Le libre-échange, la concurrence internationale, la complexité croissante du commerce et la nécessité de trouver sans cesse de nouveaux marchés sont des facteurs qui contribuent à changer le monde des affaires.

Pour aider le Nouveau-Brunswick et ses provinces voisines à relever ces défis, l'association Atlantic Canada Plus a mis sur pied, en collaboration avec l'Agence de promotion économique (APECA) du Canada atlantique et les quatre provinces de l'Atlantique, le nouveau Service aux fournisseurs (SAF).

Industrie, Sciences et Technologie Canada s'est également employé à favoriser le développement technologique industriel en organisant, avec le Service aux fournisseurs, une série de colloques des plus utiles au cours des six derniers mois (Moving Through the 90's à Saint-Jean; Salon des possibilités technologiques à Moncton; et Regard vers l'avenir à Campbellton).

Offert seulement dans les provinces de l'Atlantique, le SAF aidera les entreprises de la région à présenter des soumissions plus concurrentielles pour l'obtention des contrats d'achat du gouvernement, grâce à un processus d'appel d'offres simplifié aux niveaux régional, national et international.

Même si elles ont la possibilité d'obtenir des contrats du gouvernement, les entreprises de l'Atlantique ne parviennent à capturer qu'une infime partie des quelque 6 millions de dollars en biens et services achetés chaque année par les ministères et organismes gouvernementaux. Ayant constaté que lorsque les dépenses en approvisionnements sortent de la région, il en va de même pour ce qui est des emplois et des avantages économiques connexes, l'association Atlantic Canada Plus a décidé de créer, avec l'encouragement de l'APECA, ce service destiné exclusivement aux fournisseurs.

Le SAF part du principe que les entreprises de l'Atlantique sont concurrentielles au chapitre de la qualité et des prix. Toutefois, des enquêtes ont révélé que bon nombre d'entre elles

trouvent trop complexe le processus d'appel d'offres public et ont besoin d'un mécanisme qui leur permettra de percer sur le marché des approvisionnements sans avoir à accroître leurs ressources "internes" et les frais afférents. Par contre, bien que les entreprises de la région aient eu de la difficulté à accéder au processus d'approvisionnement, il est également vrai que les agents des achats du gouvernement ont eu du mal à les rejoindre eux aussi. En rapprochant les secteurs privé et public, le SAF devrait faciliter les choses.

Les entreprises abonnées au SAF bénéficieront des services suivants :

- inscription unique auprès de plusieurs organismes acheteurs : en passant par un représentant du SAF, les entreprises pourront s'inscrire d'un seul coup auprès de plusieurs acheteurs éventuels du secteur public ;

- appariement simplifié et efficace des soumissions : le SAF recueille et trie des données complexes sur les soumissions, afin de les appairer aux capacités des fournisseurs clients ;

- analyse des marchés cibles : le SAF aide les entreprises clientes à déterminer exactement les meilleures possibilités d'approvisionnement, tout en leur fournissant des conseils sur la façon d'en profiter ; et

- accessibilité : La Maison du Canada Atlantique, organisme affilié au SAF à Ottawa, aidera les entreprises de la région à accéder plus facilement aux organismes publics et privés susceptibles d'acheter leurs produits et services dans les provinces de l'Atlantique, dans la capitale nationale et ailleurs.

Bien que les frais d'abonnement soient actuellement de 1500 dollars par année, l'APECA fournit une aide financière qui permet au SAF d'accorder une subvention de 300 dollars pour les douze premiers mois de service. Cela comprend l'inscription auprès de trois organismes acheteurs, des bulletins illimités de nature générale et ponctuelle sur les possibilités d'approvisionnement et un rapport d'analyse des marchés pouvant aider les entreprises à choisir les organismes auprès de qui s'inscrire. De plus, si les capacités des clients changent au cours de l'année, le SAF assure la mise à jour de leurs inscriptions.

Pour tout renseignement, s'adresser à Jim McLean, directeur, Service aux fournisseurs du Nouveau-Brunswick, 57, rue King, Saint-Jean (NB) E2L 1G5. Téléphone : 658-6086. Télécopieur : 658-1156.



Célébrant l'inauguration du Service aux fournisseurs, à Saint-Jean, on voit, de gauche à droite : Elsie Wayne, maire de Saint-Jean; Peter Lesaux, président, Agence de promotion économique du Canada atlantique; James Anderson, président, association Atlantic Canada Plus; Shirley Dysart, ministre de l'Éducation; et James McLean, directeur, Service aux fournisseurs.

Qu'est-ce que la gestion de la logistique intégrée?

L'Association canadienne de gestion de la logistique (CALM) a récemment parrainé un projet de recherche dans les provinces de l'Atlantique afin de déterminer les points forts et les points faibles logistiques des entreprises de la région et de cerner les principaux éléments à améliorer.

Étant donné l'importance de ce projet pour la région, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique en a financé une bonne partie.

La distribution des produits a toujours été un problème de taille pour les entreprises des provinces de l'Atlantique en raison de la faible densité de la population et de l'éloignement des marchés. Même si l'importance du transport n'a pas diminué, il est maintenant nécessaire de repenser la distribution des produits. La logistique est un nouveau terme qui est maintenant utilisé pour désigner les activités qui sont reliées à la réalisation des objectifs commerciaux d'une entreprise par le biais de la distribution des produits. La logistique intégrée comprend la planification de la production, le traitement des commandes, la gestion des matériaux, la gestion des stocks, le transport, l'achat et le service à la clientèle.

Les objectifs :

L'enquête, qui portait sur les petites et moyennes entreprises, avait pour but de déterminer ce qui suit : l'état organisationnel de la logistique au sein des entreprises; les principaux changements qui, au cours des cinq à dix dernières années, ont eu des répercussions importantes sur la distribution ou la logistique; les principales tendances qui, au cours des trois à cinq prochaines années, auront des répercussions importantes sur la distribution ou la logistique; le niveau actuel d'informatisation des fonctions logistiques et les secteurs éventuels où des progrès technologiques ou informatiques sont à prévoir; la position de l'industrie en ce qui concerne les lois actuelles et futures relatives à la logistique et les répercussions que celles-ci auront sur le développement régional; les secteurs où une formation est nécessaire pour s'adapter aux changements; et la possibilité d'accroître le nombre de membres de l'association CALM afin

de favoriser la formation et le développement dans le domaine de la gestion de la logistique.

L'approche :

Compte tenu de la dynamique du milieu actuel des affaires, on s'attendait que l'enquête suscite beaucoup d'intérêt. Tel n'a pas été le cas. Sur les 1973 questionnaires envoyés, on n'a reçu que 44 réponses. Donc, pour obtenir un taux de réponse plus approprié, on a sollicité la participation de 282 autres entreprises.

Une des raisons pour lesquelles le taux de réponse a été si bas découle peut-être du fait que le terme "logistique" est nouveau et peu connu. Il se peut également qu'on continue à ne pas apprécier à sa juste valeur la fonction logistique dans un bon nombre d'entreprises.

Structure organisationnelle :

En général, les entreprises des provinces de l'Atlantique sont organisées de telle sorte que les activités de distribution et de transport sont regroupées en une même fonction générale. Les diverses fonctions logistiques sont réparties dans divers services. Or, à l'approche du XIX^e siècle, il faut reconnaître que les solutions du passé ne peuvent résoudre les problèmes de l'avenir.

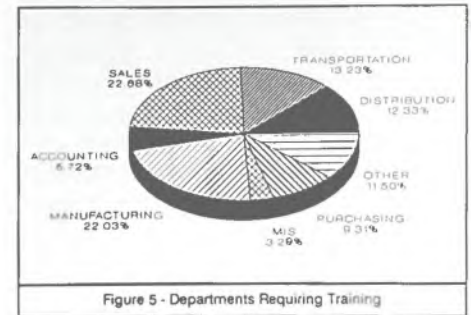
Facteurs nuisibles :

Les questions telles que la déréglementation de l'industrie des transports, l'entente de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, l'abandon des lignes ferroviaires, la taxation des services de transport et, surtout, la conjoncture économique actuelle vont aggraver les problèmes de distribution comme jamais auparavant dans les provinces de l'Atlantique. Les entreprises qui deviendront prospères dans les années 90 sont celles qui auront pris des mesures pour que la logistique intégrée soit à la base de la prise de leurs décisions stratégiques.

Formation :

Toutes les entreprises qui ont participé à l'enquête ont dit que la formation professionnelle était essentielle à tous les niveaux, dans tous les services et pour toutes les fonctions logistiques. Le graphique ci-dessous illustre bien à quel point une forme quelconque de formation est jugée nécessaire dans les différents services. Le genre de formation requise varie selon la taille et la nature de l'entreprise. Toutefois, la majorité des répondants ont indiqué qu'ils aimeraient que des cours soient offerts en "excellence du service à la clientèle". En deuxième

place viennent les cours de "prévision de la demande" afin de pouvoir prévoir avec précision les stocks requis pour satisfaire aux besoins des clients.



Conclusion :

Dans les années 60, la commercialisation constituait la clé du succès en affaires. Dans les années 70, c'était la productivité et dans les années 80, la qualité. Pour ce qui est des années 90, il semblerait fort bien que ce soit le service. Toutes les fonctions qui ont trait à la logistique sont destinées à assurer la qualité du service à la clientèle. Les résultats de l'enquête montrent clairement que les entreprises devront sans tarder mettre l'accent sur la sensibilisation des cadres et la formation professionnelle si elles veulent être prêtes pour l'avenir. Ils montrent également que les entreprises ont besoin de programmes de formation qui les aideront à améliorer leurs opérations et, ce faisant, leur service à la clientèle et leur marge bénéficiaire.

Remarque : Grâce au parrainage de l'association CALM, une série de tables rondes, d'ateliers et de séminaires auront lieu dans la région afin de sensibiliser les entreprises à la gestion de la logistique. Le Nouveau-Brunswick participe à la planification par l'intermédiaire de deux coordonnateurs qui peuvent être rejoints aux numéros suivants : Terry Shears, Saint-Jean, 633-4444, et Peter Tye, Moncton, 387-4705.

Tendances

(suite de la p. 2)

nouvelles technologies de production et de traitement.

L'ordre du jour final, qui sera axé sur les besoins particuliers de l'industrie, sera arrêté en consultation avec les principaux intervenants de l'industrie. Ce séminaire est important parce qu'il constitue une façon d'encourager les entreprises à mettre au point des produits viables et à prendre les mesures nécessaires pour mieux répondre aux conditions du marché.

Première mission touristique vers les États frontaliers

Dans le cadre du programme NEEF (Nouveaux exportateurs vers les États frontaliers), une première mission touristique a été menée vers les États de la Nouvelle-Angleterre au début de novembre. Cette mission avait pour but de familiariser un groupe de 22 propriétaires d'auberges des Maritimes avec le marché de la Nouvelle-Angleterre.

Les participants, dont huit venaient du Nouveau-Brunswick, neuf de la Nouvelle-Écosse et cinq de l'Île-du-Prince-Édouard, ont ainsi eu l'occasion de voir des concurrents à l'œuvre et de se faire une idée de ce qui attire les clients à leurs établissements.

Le programme NEEF est parrainé conjointement par le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur Canada et le Consulat canadien à Boston, au Massachusetts. ISTC-Moncton s'est chargé de la coordination de la mission.

Les réunions avaient lieu à l'auberge Ralph Waldo Emerson Inn, à Rockport (Mass.). Les participants ont pu entendre de nombreux conférenciers invités, représentant des établissements tels que : Brian Moore International Tours, Vermont Hiking Tours, The Boston Globe, Yankee Publishing Inc., The Independent Innkeepers Association, AAA South Central New England, The Boston Herald et Captain Lord Mansion.

Pour leur assurer le plus grand rayonnement possible, les participants ont été divisés en cinq groupes qui ont ensuite fait une tournée des auberges du Maine, du New Hampshire, du Vermont, du Massachusetts et du Connecticut/Rhode Island. Une grande diversité d'auberges ont été visitées, certaines grandes et d'autres petites, situées en zone rurale ou en milieu urbain, près de la mer ou dans les terres. La dernière soirée du voyage a été consacrée à un échange d'information entre les groupes.

Les résultats préliminaires indiquent que la mission a été très fructueuse et que les participants en sont revenus mieux renseignés sur les possibilités du marché de la Nouvelle-Angleterre et pleins de nouvelles idées sur la façon d'améliorer leurs produits et programmes.

Assemblée du Forum sur la tech- nologie du N.-B.

La 7^e assemblée du Forum sur la



Voici, de gauche à droite, les participants d'un voyage de familiarisation entrepris à la suite de la mission touristique organisée dans le cadre du programme NEEF : Jacques Duval, Consulat canadien, Boston; Mary Tingley, Florentine Manor, Harvey (N.-B.); Sheelah Wagener, Cornish Corner Inn, Stanley (N.-B.); Gordon Phillips, Groupe de planification économique du Canada; Marie Boulay, Auberge Le Héron, New Mills (N.-B.); André Lord, ISTC-N.-B.; Mary Blakely, Marshlands Inn, Sackville (N.-B.); John Blakely, Marshlands Inn, Sackville (N.-B.); Pam Vincent, Parkhouse Inn, Saint-Jean (N.-B.); Ross Mavis, Clifton Royal (N.-B.); et Marilyn Jackson, Quaco Inn, St. Martins (N.-B.).

technologie du Nouveau-Brunswick a eu lieu en novembre, sous la présidence d'ISTC-N.-B.

Le Forum, qui se réunit trois ou quatre fois par année, se compose de onze organisations membres, en plus d'ISTC. Parmi les membres, on retrouve les représentants des trois universités du Nouveau-Brunswick (Mount Allison, Université de Moncton, Université du Nouveau-Brunswick), du gouvernement provincial (Conseil de la recherche et de la productivité du N.-B. et ministère du Commerce et de la Technologie), de l'Organisation provinciale de recherche, de centres d'innovation et de développement technologique (notamment le Centre d'innovation In-cutech et le CTM/CADMI) et d'organismes fédéraux tels que le Conseil national de recherches, l'APECA et Communications Canada.

Les membres du Forum participent tous d'une façon ou d'une autre au développement, au transfert ou à l'acquisition de la technologie.

Le Forum s'est donné comme objectif de favoriser les alliances entre le gouvernement, les universités et l'industrie, de promouvoir l'échange d'information et d'expérience entre les membres, d'établir des contacts avec les autres établissements qui travaillent au développement technologique et de contribuer à l'amélioration de la compétitivité du Nouveau-Brunswick.

Bienvenue à l'ACDI!

ISTC-Moncton a accueilli un nouveau résident dans ses bureaux.

Tony Noël, conseiller commercial pour l'Agence canadienne de développement international (ACDI), a récemment ouvert un bureau au 770, rue Main, à Moncton. Il assurera la liaison entre les consultants des provinces de l'Atlantique, le milieu des affaires dans son ensemble et le bureau national de l'ACDI, à Hull (Québec).

Il aura pour tâche de favoriser la création de nouvelles alliances commerciales pouvant être utiles aux pays en développement. Il se chargera également d'expliquer les politiques, les programmes et les projets de l'ACDI aux entreprises de la région, tout en renseignant ces dernières sur d'autres organismes de développement tels que la Banque mondiale, la Banque interaméricaine, etc.

Un autre aspect intéressant de ce nouveau service, qui est promu par ISTC, est que les entreprises de la région pourront obtenir, localement, des renseignements sur la façon de traiter avec l'ACDI. Elles pourront également s'inscrire auprès de l'ACDI en communiquant avec Tony Noël au (506) 851-6449.

Foires commerciales et mission d'acheteurs

De plus amples renseignements sur les activités suivantes du ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur Canada peuvent être obtenus en composant le (506) 851-6452 ou le Zénith 1-800-332-3801.

AGRICULTURE ET ALIMENTATION : PRODUITS ET SERVICES

Foire agricole Internationale SIA	Paris, France	Mars
Foire de Vérone	Vérone, Italie	Mars
Foodex 91	Tokyo, Japon	Mars

Cherchez-vous des renseignements sur des foires commerciales et des 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, classé par sujet et par pays. Pour tout renseignement, composez le (506) 851-6452 ou le Zénith 1-800-332-3801.

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

Date	Manifestation	Lieu	Organisme	Renseignements
17-19 fév.	AITC Conf. annuelle	Halifax	Tourisme Canada	A. Lord 851-6455
27-28 fév.	Secteur de la pêche Tendances et perspectives 2000	Moncton	ISTC	R. Léger 851-6461
28 février	Conférence sur les perspectives tour. des provinces de l'Atlantique	Halifax	Tourisme Canada	A. Lord 851-6455
Février	Mission commerciale Produits forestiers	Bruxelles/ La Haie	ISTC/MAE	W. Torunski 851-6472
5-7 mars	Mission NEEF Serv. environ.	Boston	ISTC/MAE	E. Anderson 851-6460
8 mars	Forum sur la technologie	Moncton	ISTC	V. Landry 851-6421

ISTC 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) 851-6429

Le coin des publications

Les publications suivantes sont disponibles auprès du Centre d'affaires, ISTC-Moncton. Venez nous voir ou appelez-nous au 1-506-857-ISTC.

- Débouchés pour l'industrie canadienne de l'environnement
- Profile of the Chicago Post Territory - Canadian Consulate General, Chicago
- A Prospectus on Success :
 - a) The Computer Software, Systems and Services Industry In Canada
 - b) The Instrumentation Industry in Canada
 - c) The Computer Industry In Canada
- Canada 1990 - An International Business Comparison
- The Directory of Canadian Business in Japan
- Power Supplies Connectors Assembly - A Capability Guide 1990
- Groenland : Présentation du marché
- Perspectives d'exportation au Japon - Le marché des machines d'emballage
- Exporter aux États-Unis - Guide des entreprises canadiennes
- 1989-1990 : Aperçu de la stratégie et des activités fédérales en sciences et en technologie
- Guide des affaires en Asie du Sud 1990-1991
- Expansion du réseau - Mécanismes et programmes du réseau d'aide scientifique et technologique d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

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.

Morgan Diaper Service



La Morgan Diaper Services est une jeune entreprise de St. Andrews, au Nouveau-Brunswick, qui conçoit et fabrique des couches écologiques, en tissu réutilisable, pour les bébés, ainsi qu'une vaste ligne de produits pour adultes souffrant d'incontinence.

Il y a deux ans, la propriétaire, Sandy Morgan, a entrepris des recher-

ches dans ce domaine après avoir entendu les consommateurs, les groupes d'intérêt et le gouvernement se plaindre du manque de produits satisfaisant à ces besoins.

Mme Morgan se charge elle-même de la conception et de la commercialisation des produits dont elle confie la couture à une entreprise de St. Stephen. Le marché est en grande partie institutionnel, bien qu'une certaine demande domestique existe.

La compagnie a été invitée à participer aux célébrations de la Fête du Canada en juillet dernier, à titre d'entreprise ayant fait preuve d'un grand esprit d'invention. Elle a également été la première compagnie des

provinces de l'Atlantique à être autorisée à utiliser le logo écologique (Ecologo) d'Environnement Canada qui garantit au consommateur que le produit, l'emballage et le processus manufacturier ne posent aucun danger pour l'environnement et que, de plus, le produit résistera à 75 lavages, au moins.

Profitant du programme des "Nouveaux exportateurs vers les États Frontaliers" du gouvernement fédéral, la compagnie a récemment tournée son attention vers le marché américain. Selon Mme Morgan, c'est en tirant profit des programmes de ce genre, des recherches intensives et des foires commerciales que la compagnie réussira à percer sur les marchés étrangers.

Clark Wood Products

La Clark Wood Products, de Woodstock au Nouveau-Brunswick, est une entreprise familiale qui construit des lits d'eau, des meubles de chambre à coucher, des ensembles muraux, des portes intérieures, des portes d'armoires et des armoires de cuisine.

La compagnie a été fondée en 1983 par Cecil et Penny Clark dans une petite usine de seulement 1200 pieds

carrés. En 1985, les Clark ont ajouté une salle de montre, tout en continuant à faire tout le travail eux-mêmes et à s'en tenir à la vente au détail. Puis, en 1988, leurs produits étant en forte demande, ils ont décidé de construire une nouvelle usine de 12 000 pieds carrés et de se lancer dans le gros. Aujourd'hui, la Clark Wood Products compte six employés à plein temps. Elle est fière de la

qualité de ses produits, qu'elle garantit à 100 %.

La compagnie livre ses produits à 19 magasins répartis un peu partout dans les Maritimes, en plus qu'un magasin en Ontario. Elle approvisionne également deux quincailleries en portes intérieures, en plus de vendre au détail directement au public. Elle songe maintenant à exporter aux États-Unis.



En 1984, Gerald Tozer lançait la Sterling Industries Ltd. dans un bâtiment de 2400 pieds carrés, situé dans le parc Industriel de Newcastle.

Aujourd'hui, seulement six ans plus tard, la compagnie a dix employés à plein temps et une usine de 14 000 pieds carrés.

La Sterling Industries Ltd. fabrique dix modèles différents de remorques, d'une capacité allant de 1000 à 20 000 livres, destinées aux secteurs des loisirs

et de la construction. Elle produit également des gradins et des niveleuses pour les stades de base-ball, des équipements pour parcs tels des bancs, des râteliers à bicyclettes, des poubelles, ainsi que des conditionneurs de sol.

En outre, la compagnie offre des services de réparation et d'entretien mécanique dans la région de la Miramichi. La fabrication de petits produits divers en métal fait partie de ses acti-

vités quotidiennes.

La Sterling Industries Ltd est à établir un réseau de distributeurs dans les provinces de l'Atlantique en vue de s'attaquer au marché de la Nouvelle-Angleterre au printemps 1991.

Selon Gerald Tozer, le but de la compagnie est de continuer à étendre sa ligne de produits, tout en assurant sa propre promotion ici même dans les provinces de l'Atlantique.