THE CHAMBER OF COMMERCE FOR GREATER MONCTON › Business news, Insights and Events
LA CHAMBRE DE COMMERCE POUR LE GRAND MONCTON › Actualités économiques, aperçus et événements

FALL / AUTOMNE
2018

CHAMBER VISION DE LA CHAMBRE

HOW BUYING LOCAL GROWS SYNERGY

Celebrating local goods and services

COMMENT L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX AMPLIFIE LA SYNERGIE

Célébrons les produits et services locaux

Q & A WITH ATLANTIC BALLET CO-FOUNDER
Q & R AVEC LE CO-FONDATEUR DE BALLET ATLANTIQUE 20

NEW EVENTS CENTRE OPENS ITS DOORS
LE NOUVEAU COMPLEXE AU CENTRE-VILLE OUVRE SES PORTES 34

UNI Entreprises
LA VRAIE CROISSANCE

En 2017, en adoptant les outils de gestion centralisés d'UNI Entreprises, 1 600 PME ont économisé sur leurs frais généraux.

1 600

UNI Business
TRUE GROWTH

In 2017, by adopting UNI Business's centralized management tools, 1 600 SMEs saved on their overhead.

PARLONS CROISSANCE
LET'S TALK GROWTH
1 855 842-2511

uni
Entreprises
Business

VOL. 7 NO. 3
FALL / AUTOMNE 2018

CHAMBER VISION DE LA CHAMBRE

Publisher / Éditeur
Brunswick News

Editor / Rédacteur en chef
Greg Mulock

Design / Conception
Carole Goguen

Printing / Publication
Advocate Printing & Publishing

Translation / Traduction
Alianco Direct

General Manager Special Projects / Directeur général
JC Gallant

For advertising sales contact / Pour les ventes publicitaires, contactez:
Victoria MacDougall 506-381-7712
macdougall.victoria@brunswicknews.com

Published in partnership with/ Publié en partenariat avec

THE CHAMBER OF COMMERCE for Greater Moncton | LA CHAMBRE DE COMMERCE pour le Grand Moncton

CEO / Directeur général
John Wishart

For editorial enquiries / Pour les demandes éditoriales:
1273 rue Main Street, Suite/Bureau 200,
Moncton, N.B. E1C 0P4
Tel/Tél: 506-857-2883 Fax/Téléc: 506-857-9209
smontreuil@gmcc.nb.ca
www.gmcc.nb.ca

Chamber Vision is published four times a year. Each issue has a distribution of 5,700 copies. Copies are sent to every business in the Greater Moncton area. The remaining are sent to the Chamber of Commerce for Greater Moncton and read by Chamber members and key decision makers.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means, without the prior written consent of the publisher.

Vision de la Chambre est publié quatre fois par année. Chaque numéro a une distribution de 5 700 exemplaires. Des exemplaires sont envoyés à toutes les entreprises de la région du Grand Moncton. Les autres sont envoyés à la Chambre de commerce pour le Grand Moncton et sont lus par les membres de la Chambre et les décideurs clés.
Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, enregistrée dans une base de données ou transmise sous quelque forme que ce soit ou par tout autre moyen sans l'accord écrit préalable de l'éditeur.

Publications mail agreement no. 40601061
Convention de la poste-publication no 40601061

Chamber Vision is a Brunswick News publication / Vision de la Chambre est une publication de Brunswick News.

BRUNSWICK NEWS

Contents
Table des matières

4 CEO's Message
5 Message du directeur général
6 Chamber Buzz / Buzz de la Chambre
9 Chamber News / Nouvelles de la Chambre
14 Mini Profiles
16 Milestone Club: Lounsbury Group
17 Club de la réussite: Le groupe Lounsbury
18 Milestone Club: Medavie Blue Cross
19 Club de la réussite: Croix Bleue Medavie

21 Q & A: Igor Dobrovolskiy
22 Q & R: Igor Dobrovolskiy
24 Greater Moncton Business Excellence Awards
25 Prix d'excellence en affaires du Grand Moncton
28 Moncton Events Centre
29 Complexe au centre-ville de Moncton
34 Raven Spanier
35 Raven Spanier
36 Chamber Happenings
37 Événements de la Chambre
38 Inside Scoop
39 Nouvelles exclusives
40 New Chamber logo
41 Nouveau logo de la Chambre
42 Your Financial Corner
43 Votre coin financier
44 Sector Spotlight: Café-Bistro C'est la Vie
45 Secteur en vedette: Café-Bistro C'est la Vie
46 Events / Événements

*On our cover / À la une › PHOTO CONTRIBUTED
In the cornfields at Bouctouche Bay's Michaud Farm, a member of the Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op which represents growers in southeastern New Brunswick.
Dans les champs de maïs de la ferme Michaud de la Baie de Bouctouche, un membre de la coopérative Récolte de Chez Nous / Really Local Harvest, qui représente les producteurs du sud-est du Nouveau-Brunswick.

CEO's Message

BY JOHN WISHART

We've just come through one of the hottest summers on record — week after week of humid, hot weather. As summer turns to fall, we are now caught up in an exciting provincial election campaign.

It's hard to resist making a bad joke about hot air followed by more hot air!

The Chamber of Commerce for Greater Moncton has been busy this summer on several fronts, including development of a new marketing strategy, launch of a new student membership initiative, and creation of a new Milestone Club to recognize long-time Chamber members. You can read about each of these exciting developments in this issue of Chamber Vision.

But one particular area of attention has been the Sept. 24 election. Early this year, we joined five other business organizations to launch We Choose Growth, a platform to focus the eyes of our business community and politicians on what really matters in the upcoming provincial vote. All political parties must address five key areas of commitment to create a foundation for companies to maintain and grow employment to ensure we can compete on the world stage.

With our friends from the Atlantic Provinces Chamber of Commerce, Fredericton Chamber, Saint John Region Chamber, Conseil économique du Nouveau-Brunswick, and the New Brunswick Business Council, we outlined these issues critical to New Brunswick's future:

· A private-sector driven economy
· Responsible resource development
· Improved export performance
· Labour force development
· Responsible fiscal management

We met with the leaders of all major political parties in the province to hear their vision for these five areas. We asked them to follow up with written submissions on how they would work to improve each area. In early August, we launched the We Choose Growth website (www.wechoosegrowth.ca) and invited other business organizations and associations to join the campaign.

At our Chamber, we sent a questionnaire to all candidates in the Greater Moncton region, asking for their input into our economic future. Their answers are being shared this month on our new Chamber website.

We haven't just laid out the five issues; we've developed specific policy objectives and goals for each priority.

Under private sector driven economy, for instance, we are calling for a pan-Atlantic regulatory framework to reduce red tape. Under responsible resource development, we're asking for government to include energy sectors with growth potential into an overall growth plan.

Under improved export performance, we are calling for a commitment to diversification of New Brunswick's export markets and more in-market help for companies that want to export. For labour force development, we are looking for a smoother transition for the thousands of international students who study in New Brunswick, but face residency and work permit challenges once they graduate.

And for fiscal responsibility, we are firm in our call for a balanced budget by 2019-2020 and a real debt reduction strategy in the long-term.

As a non-partisan organization, the Chamber will never recommend you vote for any particular party. But as you consider who will receive your vote on Sept. 24, we urge you to keep in mind which party and local candidate has presented the clearest vision for our economic future.

The Chamber of Commerce for Greater Moncton has chosen growth. We need our political leaders to do the same.

CCGM Board of Directors 2018-2019 / Conseil d'administration de la CCGM 2018-2019

OFFICERS FOR 2018-2019 / ADMINISTRATEURS ET ADMINISTRATRICES NOMMÉS POUR LA PÉRIODE 2018-2019

Chair / Président:
Geneviéve Laforge, Assumption Life / Assomption Vie

Vice-Chair / Vice-président:
Gregory MacLean, McInnis Cooper

Treasurer / Trésorière:
Lisa Wood, Fundy Pros

Past Chair / Ex-président:
Mathieu LeBlanc, RBC Dominion Securities / RBC Dominion valeurs mobilières

BOARD MEMBERS /MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
Maxime Savard, ACOA/APECA
Nicolas Parisi, M99 Group of Companies
David Shin, Café C'est la Vie
Patricia Guitard, Bass Pro Shops
Marc Lanteigne, Enbridge Gas New Brunswick / Enbridge Gaz Nouveau-Brunswick
Michelle Duffie, Lounsbury Group of Companies
Rock Lefebvre, CPA New Brunswick
David Adams, Medavie Blue Cross

THE CHAMBER OF COMMERCE for Greater Moncton | LA CHAMBRE DE COMMERCE pour le Grand Moncton

EX-OFFICIO MEMBERS / MEMBRES D'OFFICE
Richard Dunn, City of Moncton / Ville de Moncton
Tahlia Ferlatte, Town of Riverview / Ville de Riverview
Chantal Ferguson, Ville de Dieppe / City of Dieppe
John Wishart, CEO CCGM / PDG CCGM

Message du directeur général

PAR JOHN WISHART

Nous venons de vivre l'un des étés les plus chauds de l'histoire — semaine après semaine de temps humide et chaud. À l'approche de l'automne, nous voilà maintenant happés dans une campagne électorale provinciale palpitante.

Après la chaleur de l'été, les débats politiques entourant les élections s'annoncent tout aussi chauds!

La Chambre de Commerce pour le Grand Moncton a été très occupée cet été sur plusieurs tableaux, y compris l'élaboration d'une nouvelle stratégie de marketing, le lancement d'une nouvelle initiative d'adhésion étudiante et la création d'un nouveau Club des Jalons pour reconnaître les membres de longue date de la Chambre. Vous pourrez en lire plus long sur chacune de ces nouveautés passionnantes dans ce numéro de Vision de la Chambre.

Un domaine qui attire particulièrement notre attention demeure l'élection prévue pour le 24 septembre. Au début de cette année, nous nous sommes joints à cinq autres organisations d'affaires pour lancer « Nous choisissons la croissance », une plateforme où nous voulons débattre avec notre communauté d'affaires et les politiciens sur les vrais enjeux de l'élection provinciale à venir. Tous les partis politiques doivent s'engager à prendre des mesures concrètes afin d'appuyer cinq axes prioritaires de croissance dans le but de créer une base permettant aux entreprises de maintenir et de développer l'emploi afin de garantir que nous pouvons soutenir la concurrence sur la scène mondiale.

Avec nos amis de la Chambre de commerce des provinces de l'Atlantique, de la Chambre de commerce de Fredericton, de la Chambre de la région de Saint John, du Conseil économique du Nouveau-Brunswick et du Conseil d'entreprises du Nouveau-Brunswick, nous avons exposé ces enjeux cruciaux pour l'avenir du Nouveau-Brunswick :

· Une économie axée sur le secteur privé
· Le développement responsable des ressources
· L'amélioration des résultats à l'exportation
· Le développement de la main-d'œuvre
· La gestion financière responsable

Nous avons rencontré les chefs de tous les principaux partis politiques de la province pour connaître leur vision sur ces cinq enjeux. Nous leur avons demandé de faire un suivi en nous présentant par écrit la façon dont ils entendent travailler pour améliorer chaque enjeu. Au début du mois d'août, nous avons lancé le site Web « Nous choisissons la croissance » (www.wechoosegrowth.ca) et invité d'autres organisations et associations d'entreprises à se joindre à la campagne.

À la Chambre de Commerce pour le Grand Moncton, nous avons envoyé un questionnaire à tous les candidats de la région du Grand Moncton, leur demandant comment ils voyaient notre avenir économique. Leurs réponses sont publiées ce mois-ci sur notre nouveau site Web de la Chambre.

Nous ne nous sommes pas seulement contentés d'exposer les cinq enjeux, mais nous avons élaboré des objectifs stratégiques et des buts précis assortis à chaque priorité.

Dans une économie axée sur le secteur privé, par exemple, nous demandons la mise en place d'un cadre réglementaire panatlantique pour réduire la paperasserie administrative. Au chapitre du développement responsable des ressources, nous demandons au gouvernement d'inclure les secteurs de l'énergie présentant un potentiel de croissance dans un plan de croissance global.

Pour l'amélioration des résultats à l'exportation, nous réclamons un engagement à diversifier les marchés d'exportation du Nouveau-Brunswick et à offrir plus d'aide aux entreprises qui veulent exporter. En ce qui concerne le développement de la main-d'œuvre, nous recherchons une transition plus harmonieuse pour les milliers d'étudiants étrangers qui étudient au Nouveau-Brunswick, mais qui se heurtent à des obstacles en matière de permis de résidence et de travail une fois qu'ils ont obtenu leur diplôme.

Et pour ce qui est de la responsabilité financière, nous tenons fermement à ce qu'il y ait un budget équilibré d'ici 2019-2020 et une véritable stratégie de réduction de la dette à long terme.

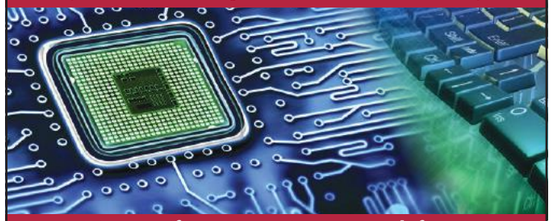
En tant qu'organisation non partisane, la Chambre ne vous recommandera jamais de voter pour un parti en particulier. Mais lorsque vous considérerez pour qui voter le 24 septembre, nous vous prions de garder à l'esprit quel parti ou quel candidat local a présenté la vision la plus claire pour notre avenir économique.

La Chambre de Commerce pour le Grand Moncton a choisi la croissance. Il faut que nos dirigeants politiques en fassent autant.

COMPLETE COMPUTER SOLUTIONS

✓ Flexible IT Solutions that bestfit your business needs
✓ On-site Service & Repair
✓ Full-Service Solutions for any size operation
✓ Fully Managed Services

Locally owned and serving Southeastern NB for over 26 years.



Discover if you're paying too much for IT.
Call Southampton today to get a free on-site assessment.

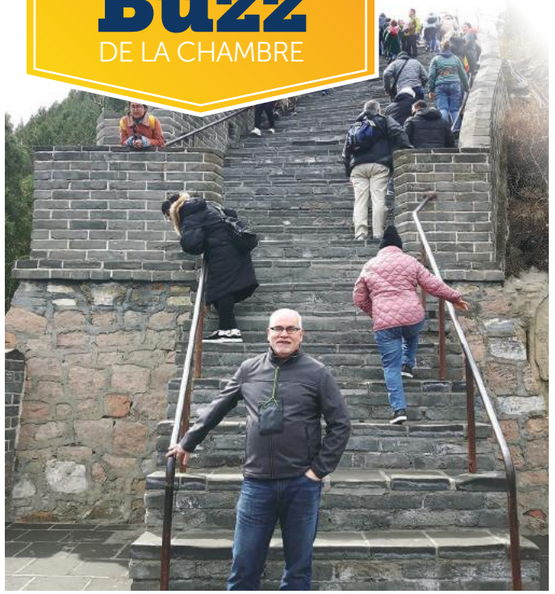
SOUTHAMPTON COMPUTERS

LET US BE YOUR FULL-SERVICE SOLUTION
555 Edinburgh Dr, Unit 6, Moncton • ***506-384-5500***
Email: info@shmcomputers.com

CHAMBER **Buzz** DE LA CHAMBRE

The latest news from Chamber members and updates from the business world

Les dernières nouvelles des membres de la Chambre et des mises à jour du monde des affaires



John Wishart, CEO of the Chamber of Commerce for Greater Moncton was part of the trip in 2018. / *John Wishart, directeur général de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton, a participé au voyage en 2018. Photo: CCGM*

Discover China!

The Chamber of Commerce for Greater Moncton is inviting you to be part of an adventure to China. This 11-day trip from April 3rd to April 13th, 2019 will allow you to visit Beijing, Shanghai, Suzhou, and Hangzhou. You will be able to immerse yourself in the Chinese culture and some fantastic tourist attractions of China like Tian An Men Square, the Great Wall, the Lingering Garden, Hanshan Temple, and Yu Garden.

Participants will also be able to visit the Economic Development Zone in Hangzhou, and the Pudong Economic Development Zone in Shanghai.

An information session will take place on Thursday, October 18th at 6:30pm at the new Holiday Inn Express & Suites situated on Mapleton Road near the Trans-Canada Highway exit, after our Business After Hours. This session is free to attend, but registration is required.

Plan now to join the Chamber of Commerce for Greater Moncton trip, with business leaders and friends for this once in a lifetime China Adventure. Space is limited. For more information, contact Xavier Infantas, Director of Events & Operations at 506 856-4014 or by email xinfantas@gmcc.nb.ca.

Your package include roundtrip international airfare and Chinese domestic airfare and taxes, 4 and 5 star hotel accommodations, 3 meals each day, deluxe bus tours, and entrance fees for attractions. All that, and more, for a special price of $2500 + taxes for members of the Chamber of Commerce for Greater Moncton. Non-members can also participate at a price of $2900 + taxes.

The tour operator is Citslinc International: https://www.citslinc.org/, an experienced trip planner for Chambers of Commerce around North America.

Découvrez la Chine!

La Chambre de commerce pour le Grand Moncton vous invite à participer à une aventure en Chine. Ce voyage de 11 jours du 3 avril au 13 avril 2019 vous permettra de visiter Pékin, Shanghai, Suzhou et Hangzhou. Vous serez en mesure de vous immerger dans la culture chinoise et certaines attractions touristiques fantastiques de la Chine comme la place Tian An Men, la Grande Muraille, le Jardin Lingering, le Temple Hanshan et le Jardin Yu.

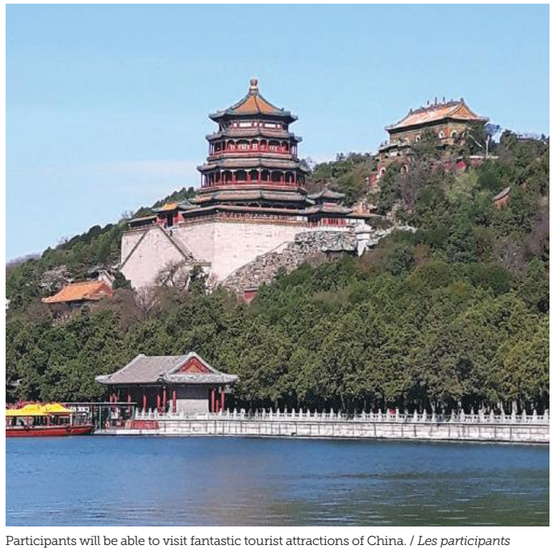
Les participants pourront également visiter la zone de développement économique de Hangzhou et la zone de développement économique de Pudong à Shanghai.

Une séance d'information aura lieu le jeudi 18 octobre à 18h30 au nouvel hôtel Holiday Inn Express & Suites situé sur le chemin Mapleton, près de la sortie de l'autoroute Transcanadienne, après le Pro Affaires. Cette session est gratuite, mais l'inscription est obligatoire.

Prévoyez dès maintenant de vous joindre au voyage de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton, avec des chefs d'entreprise et des amis pour cette aventure unique en Chine. L'espace est limité. Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec Xavier Infantas, directeur des événements et des opérations au 506 856-4014 ou par courriel à xinfantas@gmcc.nb.ca.

Votre forfait comprend le billet d'avion aller-retour international, le billet d'avion et les taxes intérieures chinoises, les chambres d'hôtel 4 et 5 étoiles, 3 repas par jour, les excursions en autocar de luxe et les frais d'entrée pour les attractions. Tout cela, et encore plus, pour un prix spécial de 2500 $ + taxes pour les membres de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton. Les non-membres peuvent également participer au prix de 2900 $ + taxes.

Le voyagiste est Citslinc International: https://www.citslinc.org/, un planificateur de voyage expérimenté associé aux chambres de commerce partout en Amérique du Nord.



Participants will be able to visit fantastic tourist attractions of China. / *Les participants pourront visiter des attractions touristiques fantastiques de la Chine. Photo: CCGM*

CHAMBER **Buzz** DE LA CHAMBRE

10 new murals to embellish Greater Moncton

Festival Inspire struck again. Greater Moncton's cityscape is now an open gallery of 41 murals by international and local artists. The fourth edition brought 10 new art pieces from July 9 to 14th.

Festival Inspire was cofounded in 2014 by Matthew Williston (creative director/ mural currator) and Lisa Griffin to activate imagination in the celebration of all things ART in Greater Moncton.

Festival Inspire is an international, free, week-long, non-profit street arts festival. It transforms the cityscape for 7 days into a visual wonderland with murals and live art, interactive installations, projection mapping, street performance, circus, music, and stuff not even we have thought of yet. The murals stick around even longer, building a legacy of character, culture, and beauty.

The Festival Inspire creates a proactive culture of art in public spaces in Downtown Moncton. Dynamic murals replace dull walls that were subject to vandalism or 'tagging', neglect or despair. Everything is created in high traffic, high visibility areas to be experienced by the largest audience possible, and in derelict or vacant urban spaces for the purpose of reactivating those spaces. By creating a collaboration between local businesses, artists, community organizations and residents, the organization offers long lasting character, energy and beauty, economic growth and prosperity to the City.

10 nouvelles murales embelissent le Grand Moncton

Le Festival Inspire a encore frappé. Le paysage du Grand Moncton est désormais une galerie en plein air de 41 murales créées par des artistes internationaux et locaux. Dix nouvelles oeuvres se sont ajoutées pour la 4e édition du festival du 9 au 14 juillet.

Le Festival Inspire a été cofondé en 2014 par Matthew Williston et Lisa Griffin pour stimuler l'imagination dans la célébration de tout ce qui est ART dans le Grand Moncton.

Festival Inspire est un festival international d'arts de la rue gratuit, sans but lucratif, d'une durée d'une semaine. Il transforme le paysage urbain pendant 7 jours en un paysage visuel merveilleux avec des peintures murales et artistiques, des installations et projections intéractives, des spectacles de rue, du cirque, de la musique et d'autres événements auxquels nous n'avons pas encore pensé. Les murales restent, créant un héritage de caractère, de culture et de beauté.

Le Festival Inspire crée une culture proactive de l'art dans les espaces publics du centre-ville de Moncton. Les peintures murales dynamiques remplacent les murs souillés qui ont été victimes de vandalisme ou de «marquage», de négligence ou de désespoir.

Tout est créé dans des zones à forte circulation, à haute visibilité, pour être vécues par le plus grand nombre de spectateurs possible, et dans des espaces urbains délaissés ou vacants dans le but de réactiver ces espaces. En créant une collaboration entre les entreprises locales, les artistes, les organismes communautaires et les résidents, l'organisme offre un caractère durable, de l'énergie et de la beauté, de la croissance économique et de la prospérité de la région.

CHAMBER
Buzz
DE LA CHAMBRE

From left to right: Finance Minister, Cathy Rogers, Colin Manning, Janie Corlett, Xavier Infantas, Falon Cameron, Patrick Richard, Shaun Leblanc, Jennifer Henry, Moncton Mayor Dawn Arnold, Jesse Kerpan and Luc Babineau. PHOTO: SUBMITTED / *De gauche à droite: la ministre des Finances, Cathy Rogers, Colin Manning, Janie Corlett, Xavier Infantas, Falon Cameron, Patrick Richard, Shaun Leblanc, Jennifer Henry, la mairesse de Moncton Dawn Arnold, Jesse Kerpan et Luc Babineau.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

Hub City Young Professionals attempt world record

With corporate support from major sponsors TD Bank & Opportunities NB; and community partnerships with the City of Moncton and the Chamber of Commerce for Greater Moncton, The Hub City Young Professionals will attempt to set a Guinness World Record for the largest business speed-networking gathering on Wednesday, October 3rd at the Moncton Coliseum between 8am and noon.

The current Guinness World record is held by a group in Belgium that was able to reach 1,068 speed networkers in 2014. The Hub City Young Professionals are attempting to recruit 3,000 people for the event.

"Two years of running regular networking events has shown us the amazing things that are possible when we come together to share our resources and support each other", said Patrick Richard, Founder Hub City Young Professionals.

Participants who want to register can go on Eventbrite at hubcitymakesitofficial.eventbrite.ca.

Les jeunes professionnels de Hub City tentent un record mondial

Avec l'appui des principaux commanditaires TD Bank et Opportunités NB, ainsi que les partenariats communautaires avec la Ville de Moncton et la Chambre de commerce pour le Grand Moncton, les jeunes professionnels de Hub City tenteront d'établir un record mondial Guinness pour la plus grande réunion de réseautage professionnel le 3 octobre au Colisée de Moncton entre 8h et midi.

Le record actuel de Guinness World est détenu par un groupe de la Belgique qui a pu atteindre 1068 réseauteurs en 2014. Les jeunes professionnels de Hub City tentent d'attirer 3000 personnes pour l'événement.

«Deux ans d'événements de réseautage nous ont montré les choses incroyables que nous pouvons accomplir lorsque nous nous réunissons pour partager nos ressources et nous soutenir mutuellement», a déclaré Patrick Richard, fondateur des jeunes professionnels de Hub City.

Les participants qui veulent s'inscrire peuvent aller sur Eventbrite à hubcitymakesitofficial.eventbrite.ca.

CHAMBER
News
Nouvelles

Celebrate local!

The Chamber of Commerce for Greater Moncton Business Excellence Awards will take place at Casino NB on October 24th. The goal of these awards is to encourage entrepreneurship in the region and enhance the image of the region nationally by celebrating the excellence of our entrepreneurs.

For the first time, this year our Business Excellence Awards will have a theme – Celebrate Local. With the launch of the great 'For the Love of New Brunswick' initiative, the Chamber of Commerce for Greater Moncton believes this is a great time to celebrate the region and all of the great products and services which are created here in Greater Moncton.

The 2018 CCGM Business Excellence Awards are presented by RBC Wealth Management Dominion Securities.

This year's awards program will feature 11 categories:

- Excellence in Business
- Excellence in Business (Small and Medium Enterprise)
- Emerging Business
- Innovation
- Community Service
- Environmental Excellence
- Young Entrepreneur
- Inclusive Hiring
- Non-Profit Organization of the Year
- Healthy Workplace
- Peoples' Choice

If you are interested in attending the event, you can purchase your tickets at gmcc.nb.ca or events@gmcc.nb.ca.

Célébrons local!

Les prix d'excellence en affaires de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton auront lieu au Casino NB le 24 octobre. Le but de ces prix est d'encourager l'esprit d'entreprise dans la région et d'améliorer l'image de la région à l'échelle nationale en célébrant l'excellence de nos entrepreneurs.

Pour la première fois, nos prix d'excellence en affaires auront cette année un thème: Célébrons local. Avec le lancement de l'initiative «Pour l'amour du Nouveau-Brunswick», la Chambre de commerce pour le Grand Moncton croit que le moment est bien choisi pour célébrer la région et tous les excellents produits et services créés dans le Grand Moncton.

Les Prix de l'excellence des affaires de la CCGM 2018 sont une présentation de RBC Gestion de patrimoine Dominion valeurs mobilières, avec l'appui de UNI Entreprises Business, Casino NB et Prestige Engraving.

Le programme de récompenses de cette année comprendra 11 catégories:

- Excellence en affaires
- Excellence en affaires (petites et moyennes entreprises)
- Entreprise émergente
- Innovation
- Service communautaire
- Excellence environnementale
- Jeune entrepreneur
- Embaucheur inclusif
- Organisme à but non lucratif
- Milieu de travail sain
- Choix du public

Si vous voulez assister à cette soirée, vous pouvez faire l'achat de vos billets à gmcc.nb.ca ou events@gmcc.nb.ca.

New members/Nouveaux membres

Orangetheory Fitness Canada
IJW Immigration Solutions
Metepenagiag Mi'kmaq Nation
Huddle
SCR Electric Services Ltd.
Utrade INC
My Bike Shop
Floral-Aeroservice Inc

The Chamber of Commerce for Greater Moncton (GMCC) welcomes its new members.

La Chambre de Commerce pour le Grand Moncton (CCGM) souhaite la bienvenue à ces entreprises en tant que nouveaux membres.

CHAMBER
News Nouvelles

Back row, left to right: Dave Theriault, VP, Health, Fitness, Aquatics & Community Services, YMCA of Greater Moncton; Bonnie MacFadyen, VP, Philanthropy, YMCA of Greater Moncton; Moncton City Councillors Paul Pellerin, Bryan Butler and Greg Turner; Zane Korytko, CEO, YMCA of Greater Moncton; Moncton City Councillor Rob McKee. Front row, left to right: Wendy Nason, Moncton North Citizens Action Committee; Ginette Petitpas Taylor, Minister of Health and Member of Parliament for Moncton–Riverview–Dieppe; Cathy Rogers, Minister of Finance and MLA for Moncton South; Jeff Reath, Moncton North Citizens Action Committee. PHOTO: SUBMITTED / *À l'arrière, de gauche à droite: Dave Theriault, vice-président des Programmes et Initiatives communautaires, YMCA du Grand Moncton, Bonnie MacFadyen, vice-présidente, Philanthropie, YMCA du Grand Moncton, les conseillers de la Ville de Moncton, Paul Pellerin, Bryan Butler et Greg Turner, Zane Korytko, directeur général, YMCA du Grand Moncton, et le conseiller de la Ville de Moncton, Rob McKee. Devant, de gauche à droite : Wendy Nason, Comité d'action des citoyens de Moncton Nord, Ginette Petitpas Taylor, ministre de la Santé et député de Moncton-Riverview-Dieppe, Cathy Rogers, ministre des Finances et député de Moncton Sud, Jeff Reath, Comité d'action des citoyens de Moncton Nord.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

Moncton residents will benefit from new YMCA community and recreation centre

The governments of Canada and New Brunswick recognize that strategic investments in recreational infrastructure play a key role in supporting healthy, dynamic communities and creating opportunities for the middle class to grow.

The Honourable Ginette Petitpas Taylor, Minister of Health and Member of Parliament for Moncton–Riverview–Dieppe, on behalf of the Honourable François-Philippe Champagne, Minister of Infrastructure and Communities; the Honourable Cathy Rogers, Minister of Finance and MLA for Moncton South, and Greg Turner, Deputy Mayor of the City of Moncton, announced on July 28th $14 million in joint funding for the construction of a new $17-million YMCA facility in the City of Moncton.

The governments of Canada and New Brunswick are each contributing up to $4 million to this project under the Provincial-Territorial Infrastructure Component – National and Regional Projects. The City of Moncton is also providing $6 million and the YMCA of Greater Moncton will undertake a $3-million capital campaign towards the project.

The project consists of building a new 35,000-square community centre and recreational hub in the north end of the City of Moncton. The new facility will include an interior splash area and playground, a gymnasium and fitness centre, an indoor track, as well as a multi-purpose space that will provide community support services and amenities. It will enable more residents to benefit from the YMCA's services, promoting healthy lifestyles and community engagement, and creating economic prosperity for the region.

The new YMCA will be built north of École Le Sommet off Twin Oaks Drive. Acadian Construction was selected as the general contractor after a request for proposal and the construction is set to start in the Spring of 2019.

Les résidents de Moncton bénéficieront d'un nouveau centre communautaire et récréatif YMCA

Les gouvernements du Canada et du Nouveau-Brunswick reconnaissent que les investissements stratégiques dans les infrastructures récréatives jouent un rôle essentiel pour appuyer le développement de collectivités saines et dynamiques, et créer des possibilités permettant de faire croître la classe moyenne.

L'honorable Ginette Petitpas Taylor, ministre de la Santé et députée de Moncton–Riverview–Dieppe, au nom de l'honorable François-Philippe Champagne, ministre de l'Infrastructure et des Collectivités, l'honorable Cathy Rogers, ministre des Finances et députée provinciale de Moncton-Sud, et Greg Turner, maire adjoint de la Ville de Moncton, ont annoncé le 28 juillet dernier un financement conjoint de 14 millions de dollars pour la construction d'un nouveau centre YMCA de 17 millions de dollars dans la ville de Moncton.

Les gouvernements du Canada et du Nouveau-Brunswick allouent chacun un montant maximal de 4 millions de dollars à ce projet dans le cadre des Projets nationaux et régionaux du volet Infrastructures provinciales-territoriales. La Ville de Moncton y consacre 6 millions de dollars et le YMCA du Grand Moncton mènera une campagne de financement de 3 millions de dollars pour le projet.

Le projet consiste à construire un nouveau centre communautaire et carrefour récréatif de 35 000 pieds carrés dans la partie nord de la ville de Moncton. La nouvelle installation comprendra une aire de jeux d'eau et un parc intérieurs, un gymnase et centre de conditionnement physique, une piste intérieure, ainsi qu'un espace multifonctionnel où l'on offrira des services et des aménagements pour le soutien à la collectivité. Le centre permettra à un plus grand nombre de résidents de profiter des services offerts par le YMCA, ce qui favorisera un mode de vie sain et l'engagement communautaire, et stimulera la prospérité économique pour la région.

Le nouveau YMCA sera construit au nord de l'École Le Sommet près de l'avenue Twin Oaks. Construction Acadienne a été sélectionné comme contracteur à la suite d'un appel d'offre et la construction devrait débuter au printemps 2019.

CHAMBER
News Nouvelles

CCGM welcomes new Director of Communications and Policy

The Chamber of Commerce for Greater Moncton is pleased to welcome Sylvain Montreuil as Director of Communications and Policy.

Sylvain joins the Chamber team with a varied but comprehensive background in communications. In the media world, he worked in radio as an on-air talent, columnist and manager, and in the newspaper industry as Editor-in-Chief of the weekly L'Étoile. He also worked for over 10 years at the Université de Moncton with the Continuing Education Department to promote part-time studies. In the Greater Moncton community, he led the Operation Red Nose campaign in the last years of this service.

Sylvain holds a bachelor's degree from the Université de Moncton in information-communication, with a minor in political science, and he also has a diploma in web programming from Oulton College.

In his new role, Sylvain will be responsible for all external and member communication, as well as leading the Chamber's advocacy efforts. He can be reached at smontreuil@gmcc.nb.ca, or by calling (506) 856-4004.

La CCGM accueille un nouveau Directeur des communications et politique

La Chambre de commerce pour le Grand Moncton est heureuse d'accueillir Sylvain Montreuil en tant que Directeur des communications et des politiques.

Sylvain Montreuil se joint à l'équipe de le CCGM avec un baggage varié, mais complet de la sphère des communications. Dans les médias, il a oeuvré à la radio comme animateur, chroniqueur et gestionnaire et au niveau de la presse écrite comme Rédacteur en chef de l'hebdomadaire L'Étoile. Il a de plus travaillé plus de dix ans à l'Université de Moncton avec l'Éducation permanente pour faire la promotion de la formation à temps partielle. Au sein de la communauté du Grand Moncton, il a aussi mené la campagne Opération Nez rouge lors des dernières années d'activité de ce service.

Il détient un baccalauréat de l'Université de Moncton en information-communication, avec une mineur en science politique et il possède également un diplôme en programmation web du Collège Oulton.

Dans son nouveau rôle, Sylvain sera responsable de toutes les communications externes, incluant celles avec les membres, et dirigera les efforts de mobilisation autour des grands enjeux touchant la Chambre. On peut le joindre à smontreuil@gmcc.nb.ca ou en composant le (506) 856-4004.

7 ways technology can improve your retail business

BY MARIE-CHRISTINE GINGRAS

Speed, agility and efficiency are expected of today's retail businesses. To achieve this, retailers should invest in an electronic inventory control system, a central database, a point of sales system and an automated statistical forecasting system.

These tools don't simply reduce your overhead and improve your planning. They've become essential tools that can provide you with a competitive edge to thrive and grow in the market.

Here are seven ways technology can improve your retail business.

1. REDUCE INVENTORY COSTS

An inventory control system is now a basic tool for retail management. It allows you to know what merchandise you have on hand and on order, and how many of each item you have received and sold.

Once setup, these systems automatically update your database when products sell or move from one location to another—from a warehouse to a store, for example. They also provide a variety of instantaneous data analysis tools to keep track of your business.

Once online, every aspect of your stores' performance is at your fingertips. Select and view products by cost, price, margin, first or last date sold, date received or UPC codes. In minutes you can create new categories with hundreds of subcategories of style, size or color.

2. IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION

Customers expect you to be able to tell them if you have a product in stock or on order. They don't want to wait while you wander through the storeroom or phone the warehouse.

Having an electronic inventory system allows you to answer customer questions with just a few keystrokes. You can also check the inventory held by different stores if you have multiple locations.

3. AUTOMATE YOUR INVENTORY CONTROL

Electronic inventory control can eliminate over-ordering and under-buying by referring to each store's sales history to calculate the optimum stock levels for each item. You tell the system how many days of supply you prefer—which you can modify, for example, according to the season—and the system will look at past sales patterns to determine when you need to re-order.

Your system can also perform "open to buy" calculations that tell you how much to spend on particular store categories for maximum return. The system takes past sales cycles, such as seasonal variations, into account. You may also query the system to determine what the order should be if sales rise or fall.

This information tells you:

· How much you should invest in inventory from month to month;

· how much inventory you need to order to keep up with expected sales without going overboard and tying up excess capital;

· how merchandise to keep flowing into the store throughout the season;

· which items are 'hot' and which are not, and their respective manufacturers; and

· what are your best-selling stores and who are your best individual sales staff.

4. FACILITATE INVENTORY CONTROL

Internal theft and pricing errors can eat up about 4% of retail inventory. A portable terminal offers much greater speed and accuracy than manual counts.

The system immediately flags discrepancies with recorded inventory levels and verifies pricing, making it easier to detect pricing errors and missing merchandise on the spot.

5. KEEP TRACK OF YOUR MARGINS

Your inventory control system can suggest pricing and markdowns within your pre-set parameters, and/or track your margins based on the prices you enter. It will also ensure you are always aware of gross margins.

Even with special pricing offers, you never lose track of your margins. You can establish different pricing for different stores across geographic regions, for instance, and for preferred customers such as employees or major buyers. You can also pre-set markdowns for end-of-season or other sales. The system continues to track gross margin, including the effects of markdowns and preferred pricing.

6. IMPROVE YOUR FORECASTING

Automated statistical forecasting systems create far more calculated and accurate demand forecasting.

Past sales data, forecasts, and future orders are all on one system. As a result, more accurate forecasts can be made based on the totality of this information.

Forecasting systems can reach the desktop of every line manager, bringing chain-wide input (if appropriate) into the process through interactive Web-based applications. Forecasts can then be further adjusted, taking every aspect into account.

Automation facilitates fast projections and scenario planning.

7. ADOPT A JUST-IN-TIME RELATIONSHIP WITH SUPPLIERS

Forecasting tools work in tandem with a central database, inventory control and sales systems to tie purchasing more closely to actual customer demand.

The result is an opportunity to reduce inventory and adopt a just-in-time relationship with suppliers.

Marie-Christine Gingras is the Business Centre Manager with the BDC in Moncton.

bdc

BDC SMALL BUSINESS WEEK 2018

Digitize now: Transform your business

October 14-20th

SEMAINE DE LA PME BDC

Passez au numérique: Transformez votre entreprise

14 au 20 octobre 2018

7 façons d'améliorer votre commerce de détail grâce à la technologie

PAR MARIE-CHRISTINE GINGRAS

Aujourd'hui, les acteurs du commerce de détail doivent faire preuve de rapidité, d'agilité et d'efficacité. Pour y parvenir, les détaillants ont intérêt à investir dans un système électronique de contrôle des stocks, une base de données centralisée, un système de points de vente et un système automatisé de prévisions statistiques.

Ces outils ne se limitent pas à réduire vos frais généraux et améliorer votre planification. Ils sont désormais essentiels et peuvent vous fournir un avantage concurrentiel pour croître et prospérer dans le marché.

Voici sept façons d'améliorer votre commerce de détail grâce à la technologie.

1. RÉDUIRE LES COÛTS DES STOCKS

Un système de contrôle des stocks est aujourd'hui un outil de base pour la gestion de détail. Il vous permet de connaître les marchandises vous avez en stock et en cours de commande, et la quantité de chaque article reçu et vendu.

Une fois mis en place, le système met automatiquement à jour votre base de données quand les produits sont vendus ou se déplacent d'un endroit à un autre – de l'entrepôt au magasin, par exemple. Il fournit également une variété d'outils d'analyse instantanée des données pour que vous puissiez suivre l'évolution de vos affaires.

En ligne, chaque aspect du rendement du magasin est à votre portée. Choisissez et visualisez les produits par coût, prix, marge, première ou dernière date de vente, date de réception ou codes CUP. En quelques minutes, vous pouvez créer de nouvelles catégories avec des centaines de sous-catégories de styles, de tailles ou de couleurs.

2. AMÉLIORER LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Les clients s'attendent à ce que vous soyez en mesure de leur dire si vous avez un produit en stock ou en cours de commande. Ils ne veulent pas attendre pendant que vous faites des recherches dans l'arrière-boutique ou que vous téléphonez à votre entrepôt.

Un système électronique de contrôle des stocks vous permet de répondre aux questions de vos clients en frappant quelques touches. Vous pouvez également vérifier les stocks de différents magasins si vous avez plusieurs points de vente.

3. AUTOMATISER VOTRE CONTRÔLE DES STOCKS

Le contrôle électronique des stocks peut éliminer les commandes en excédent et les sous-achats en se fondant sur le profil des ventes de chaque magasin pour calculer les niveaux de stocks optimums pour chaque article. Vous entrez dans le système le nombre de jours d'approvisionnement que vous préférez (nombre que vous pouvez modifier selon la saison, par exemple) et le programme examine la structure des ventes antérieures pour déterminer quand vous devez passer de nouvelles commandes.

Votre système peut aussi effectuer des calculs de «contrôle des achats» qui vous indiquent combien dépenser dans des catégories particulières de magasin pour maximiser le rendement. Le logiciel tient compte des cycles de ventes antérieurs, comme les variations saisonnières. Vous pouvez aussi interroger le système pour créer vos commandes en fonction de l'augmentation ou de la diminution des ventes.

Vous pouvez obtenir les renseignements suivants:

· Combien il vous faut investir dans les stocks d'un mois à l'autre;

· Quelle quantité de stocks vous devez commander pour maintenir les ventes prévues sans exagérer ni immobiliser trop de capitaux;

· Comment faire livrer la marchandise au magasin, tout au long de la saison;

· Quels articles sont populaires et lesquels ne le sont pas, de même que les fabricants concernés;

· Lesquels de vos magasins génèrent le plus de ventes, et qui sont les meilleurs vendeurs de votre équipe.

4. FACILITER LE CONTRÔLE DES STOCKS

Le vol interne et les erreurs de prix peuvent gruger environ 4% des stocks de détail. Un terminal portatif est beaucoup plus rapide et précis qu'un comptage manuel.

Le système signale immédiatement les écarts des niveaux de stocks enregistrés et il vérifie les prix, facilitant la détection des erreurs de prix et des marchandises manquantes sur-le-champ.

5. GARDER TRACE DE VOS MARGES

Votre système de contrôle des stocks peut suggérer des prix et des démarques conformes à vos paramètres préétablis et il peut suivre vos marges selon les prix que vous entrez. De plus, vous êtes toujours en mesure d'évaluer vos marges brutes.

Même avec des offres de promotion, vous ne perdez jamais les marges de vue. Vous pouvez fixer des prix différents selon les magasins (dans d'autres régions, par exemple) et pour des clients privilégiés comme les employés ou des acheteurs importants. Vous pouvez aussi établir d'avance les démarquages pour des ventes de fin de saison ou autres. Le système garder la trace des marges brutes, y compris les effets des démarques et de l'établissement de prix spéciaux.

6. AMÉLIORER VOS PRÉVISIONS

Les systèmes automatisés de prévisions statistiques offrent des projections bien plus raffinées et précises de la demande.

Les données des ventes antérieures, des prévisions et des commandes futures sont regroupées. Par conséquent, vous pouvez obtenir des projections plus exactes en fonction de l'ensemble de l'information.

Les systèmes de prévisions peuvent servir à tout directeur hiérarchique, en intégrant la saisie de données à l'échelle de la chaîne (si nécessaire) au processus par des applications interactives sur le Web. Ainsi, les projections peuvent être rajustées en tenant compte de chaque aspect.

L'automatisation facilite la prévision et la planification rapide de scénarios.

7. OPTER POUR UNE RELATION «JUSTE-À-TEMPS» AVEC LES FOURNISSEURS

Les outils de prévision fonctionnent de pair avec la base de données, le contrôle des stocks et les systèmes de vente centraux, afin de lier plus étroitement l'achat à la demande réelle des clients.

On peut ainsi profiter de l'occasion de réduire les stocks et d'opter pour une relation «juste-à-temps» avec les fournisseurs.

Marie-Christine Gingras, Directrice du Centre d'affaires, BDC à Moncton

Rock Lefebvre

Rock Lefebvre is President and CEO of the Chartered Professional Accountants New Brunswick.

Prior to taking on this role, he served as CRO with CPHR in BC and as CEO of the Community Futures Development Corporation in Ontario. Having previously served as vice-president with a national legacy body specializing in research and standards, Rock has great appreciation for the CPA profession and its many important dimensions. Taken with earlier experiences as CEO of an integrated addiction and mental health service, and as Senior Restructuring Consultant with the Ontario Ministry of Health and Long-term Care along with industry experience with companies which include Domtar and the Farm Boy Group of Companies, Rock understands well the importance of responsible business and of economic development.

Rock currently serves on the Board, Executive Committee, and Advocacy Committee of the Chamber of Commerce and on the Board and Executive Committee of the CFDC.

Rock earned a Master of Business Administration degree early in his career and has held CPA (Australia), CFE, FCCA (UK), FCIS, FCPA, and FCGA designations for numerous years.

Rock Lefebvre est président et chef de la direction de l'Association des comptables professionnels agréés du Nouveau-Brunswick.

Avant d'assumer ce rôle, il a été chef de la direction de l'association de gestion des ressources humaines en Colombie-Britannique et chef de la direction de la Société d'aide au développement des collectivités en Ontario. Comme il a déjà occupé le poste de vice-président d'un organisme national spécialisé dans la recherche et les normes, Rock Lefebvre apprécie grandement la profession de comptable professionnel agréé et tout ce qu'elle comporte. Fort de son expérience antérieure à titre de chef de la direction d'un service intégré de toxicomanie et de santé mentale et de conseiller principal en restructuration auprès du ministère de la Santé et des Soins de longue durée de l'Ontario, ainsi que de son expérience de l'industrie auprès d'entreprises telles que Domtar et le Farm Boy Group of Companies, Rock Lefebvre comprend bien l'importance d'une entreprise responsable et du développement économique.

Rock Lefebvre siège actuellement au conseil d'administration, au comité exécutif et au comité de défense des intérêts de la Chambre de commerce ainsi qu'au conseil d'administration et au comité exécutif du RDCC.

Rock Lefebvre est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires qu'il a obtenue au début de sa carrière et détient les titres de CPA (Australie), CFE, FCCA (Royaume-Uni), FCIS, FCPA et FCGA depuis de nombreuses années.

Chantal Ferguson

Born in Tracadie, NB, Chantal Ferguson graduated from the Université de Moncton where she obtained a Bachelor in Industrial Engineering and is currently enrolled in an MBA program there.

Chantal spent most of her career at IGT (previously known as Spielo and GTECH), a global leader in lottery and other gaming technologies with offices throughout the globe. While at IGT, Chantal held roles in Project Management and Client Services Management for major lottery clients in Europe, the United States and Canada.

In 2017, Chantal became Director of Business Development for Expansion Dieppe, the strategic partner for business development of the City of Dieppe. Chantal's role is to help companies establish themselves and grow in Dieppe. She works with clients, investors and business partners to identify opportunities for commercial and industrial economic investments for the region.

Chantal joined the GMCC Board of Directors in 2018 representing the City of Dieppe.

Née à Tracadie, au Nouveau-Brunswick, **Chantal Ferguson** détient un baccalauréat en génie industriel de l'Université de Moncton et y est actuellement inscrite au programme de MBA.

Chantal a passé la plus grande partie de sa carrière chez IGT (précédemment connu sous le nom de Spielo et GTECH), un leader mondial de loterie et de technologies liées aux jeux avec des bureaux dans le monde entier. Au sein d'IGT, Chantal a occupé des postes de gestionnaire de projets et de gestionnaire des services à la clientèle pour d'importants clients de la loterie en Europe, aux États-Unis et au Canada.

En 2017, Chantal est devenue directrice du développement des affaires pour Expansion Dieppe, le partenaire stratégique pour le développement des affaires de la Ville de Dieppe. Le rôle de Chantal est d'aider les entreprises à s'établir et à grandir à Dieppe. Elle travaille avec des clients, des investisseurs et des partenaires commerciaux afin d'identifier des opportunités d'investissements économiques commerciaux et industriels pour la région.

Chantal s'est jointe au conseil d'administration de la CCGM en 2018 comme représentante de la Ville de Dieppe.

GROUPE LOUNSBURY GROUP

1878	The first store of what was to later become Lounsbury Company Limited was opened on the wharf in Newcastle by Leonard W. Johnston.
1892	Mr. Johnston sold his Newcastle business to George N. Clark and G.A. Lounsbury, who operated under the name CLARK AND LOUNSBURY.
1894	An agency opened in Moncton, New Brunswick
1896	The business became G.A. LOUNSBURY AND CO.. Mr. Lounsbury then expanded to open a small store in Bathurst, selling farm machinery
1902	After the death of Mr. G.A. Lounsbury, the company was incorporated as THE LOUNSBURY COMPANY LIMITED.
1911	The Lounsbury Company sold its first automobile, a 3 Speed Model B. Russell Roadster, to Earnest Hutchison, who printed the first N.B. Road Map and Guide Book.
1915	The Lounsbury Company Limited signed a contract as Chevrolet dealer for the company's whole territory
1916	Furniture was added to the line of merchandise being sold.
1919	Moncton Motor opened at 644 Main St Moncton
1923	The Executive Office of the company was moved from Newcastle to Moncton
1950	35 employees purchased the late Hon. W.G. Clark's financial interests, giving 99% of the voting shares of the company to the staff.
1957	Official opening of New executive offices and Furniture Store at 735 Main st Moncton
1960	Industrial branches, located at Moncton, Campbellton, Fredericton, New Brunswick and Charlottetown, which dealt exclusively with the retail sale and service of heavy construction and farm machinery, were sold.
1961	Lounsbury Truck Centre moved to new building at 725 St George St Moncton
1980	Lounsbury Leasing was registered with the Province of New Brunswick.
1985	Lounsbury Chevrolet (Moncton Motor) moved to 2155 Main St Moncton
1990	New executive offices and Furniture Store opened at 1655 Mountain Rd Moncton
2007	Opened BMW Mini Moncton
2007	Purchased Seaside Chevrolet, Shediac
2012	Purchase Dieppe Auto
2013	Purchased Vision Ford, Atholville
2016	Opened Audi Moncton and Volkswagen Moncton

Today, the company is now led by President and CEO, Ed McNally, who has spent the last 24 years with the Lounsbury Group. The Lounsbury Company Limited employs over 400 employees in its Home Furnishing Stores, Automotive and Truck divisions.

Milestone CLUB DE LA réussite

When your staff is directly vested in the company, it drives everyone to want to do their best and ensure customers are taken care of.

ED MCNALLY
PRESIDENT AND CEO OF THE LOUNSBURY GROUP

The Lounsbury Chevrolet dealership on west Main Street is one of four automotive dealerships owned by the company in the Greater Moncton area. PHOTO: BEN GAUTREAU PHOTOGRAPHY
Le concessionnaire Lounsbury Chevrolet situé sur la rue Main Ouest est l'un des quatre concessionnaires automobiles qui appartiennent à Lounsbury dans la région du Grand Moncton. PHOTO: BEN GAUTREAU PHOTOGRAPHY

'We're always looking to what's coming next'

» THE LOUNSBURY GROUP: AN N.B. SUCCESS STORY MARKING 140 YEARS

BY KEN KELLEY

What began as one small store on a Newcastle wharf in 1878 has since become one of New Brunswick's biggest homegrown success stories.

The Lounsbury Group owns and operates seven automotive dealerships, two heavy-duty truck dealerships as well as two furniture stores, including the company's flagship store on Mountain Road in Moncton.

Led by president and chief executive officer Ed McNally, a 24-year veteran of the company, The Lounsbury Group is celebrating its 140th anniversary this year.

Asked how the company has managed to not only survive but also thrive over the last 140 years, McNally believes it comes down to one simple rule by which it has abided:

"Throughout the history of the company, I think one of our strengths has been the fact we've always had a solid understanding and appreciation of customer service," he said. "I feel that customer service orientation, along with the fact the company was constantly evolving, is what has helped set us up for success, dating back to some of the company's earliest days.

Added McNally: "We are lucky enough to represent some very strong internationally-known brands like La-Z-Boy, Kitchen Aid, Volkswagen, General Motors and BMW, who take great pride in the relationships they have with customers. We apply that same importance to everything we do."

What could be viewed as a significant catalyst in the company's outstanding commitment to customer service dates back to 1950. At that time, 35 of the company's employees bought 99 per cent of the company's voting shares, affording the staff the opportunity to have a vested interest in the company's future.

"When your staff is directly vested in the company, it drives everyone to want to do their best and ensure customers are taken care of," McNally said.

Boasting approximately 450 employees across all its company's divisions, McNally feels the company's success is even more remarkable in the age of the Internet, where everything is quite literally just a click away.

"We finished 2017 with a 20 per cent sales growth over 2016, so yes, we're fortunate to have seen strong sales," he said. "Some of that growth stemmed from the new Audi and Volkswagen dealerships located at the airport, but our General Motors dealerships and other facets of our business played a significant role in that growth as well."

McNally noted that while The Lounsbury Group continues to play an important role in the support of local area sports and contributions to local organizations, he hopes the company will continue to play a dynamic role in the lives of Greater Moncton residents.

"We're always looking to what's coming next. We feel confident with the strength of our core businesses, but we are always open to new opportunities as well," he concluded.

« Nous sommes toujours à l'affût de nouveautés »

» LE GROUPE LOUNSBURY CÉLÈBRE SES 140 ANS : UNE HISTOIRE DE RÉUSSITE NÉO-BRUNSWICKOISE

PAR KEN KELLEY

Ce qui a commencé par un petit magasin sur un quai de Newcastle en 1878 est devenu l'une des plus grandes réussites du Nouveau-Brunswick.

Le Groupe Lounsbury possède et exploite sept concessionnaires automobiles, deux concessionnaires de camions lourds ainsi que deux magasins de meubles, dont le magasin-phare de l'entreprise le long du chemin Mountain à Moncton.

Dirigé par le président et chef de la direction Ed McNally, un vétéran de l'entreprise depuis 24 ans, le Groupe Lounsbury célèbre cette année son 140e anniversaire.

Lorsque le personnel est directement investi dans l'entreprise, cela incite tout le monde à vouloir faire de son mieux pour s'assurer que l'on prend bien soin des clients.

ED MCNALLY
PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION
LE GROUPE LOUNSBURY

Lorsqu'on lui demande comment l'entreprise a réussi non seulement à survivre, mais aussi à prospérer au cours des 140 dernières années, M. McNally croit qu'il s'agit d'une règle simple à laquelle son entreprise a adhéré :

« Tout au long de l'histoire de l'entreprise, je pense que l'une de nos forces a toujours été notre solide compréhension et appréciation du service à la clientèle, dit-il. J'estime que l'accent mis sur le service à la clientèle et l'évolution constante de l'entreprise sont deux éléments qui nous ont positionnés pour réussir, et ce, dès nos débuts. »

Et M. McNally d'ajouter : « Nous avons la chance de représenter des marques de renommée internationale comme La-Z-Boy, Kitchen Aid, Volkswagen, General Motors et BMW, qui sont très fiers des relations qu'ils entretiennent avec leurs clients. Nous attachons cette même importance à tout ce que nous entreprenons. »

Ce qui pourrait être considéré comme un catalyseur important dans l'engagement exceptionnel de l'entreprise envers le service à la clientèle remonte à 1950. À cette époque, 35 employés de l'entreprise ont acheté 99 % des actions avec droit de vote de l'entreprise, ce qui a permis au personnel d'avoir un intérêt direct dans l'avenir de l'entreprise.

« Lorsque le personnel est directement investi dans l'entreprise, cela incite tout le monde à vouloir faire de son mieux pour s'assurer que l'on prend bien soin des clients », déclare M. McNally.

Le succès de l'entreprise qui compte dans toutes ses divisions environ 450 employés est encore plus remarquable à l'ère de l'Internet, où tout est littéralement à portée de clic, fait remarquer M. McNally.

« À la fin de 2017, nous affichions une croissance des ventes de 20 % par rapport à 2016. Donc oui, nous sommes chanceux d'avoir vu de fortes ventes, souligne-t-il. Une partie de cette croissance est imputable aux nouveaux concessionnaires Audi et Volkswagen situés à l'aéroport, mais nos concessionnaires General Motors et d'autres composantes de notre entreprise ont également joué un rôle important dans cette croissance. »

M. McNally mentionne aussi que, même si le Groupe Lounsbury continue d'appuyer les sports et de contribuer aux organismes niveau local, il espère que l'entreprise continuera à jouer un rôle dynamique dans la vie des résidants du Grand Moncton.

« Nous sommes toujours à l'affût des nouveautés. Nous sommes confiants quant à la force de nos activités principales, mais nous sommes toujours ouverts à de nouvelles possibilités », conclut-il.

The Lounsbury furniture store, located on Mountain Road in Moncton, is one two furniture stores operated by the company. PHOTO: CONTRIBUTED
Le magasin d'ameublement Lounsbury situé le long du chemin Mountain à Moncton est l'un des deux magasins de meubles exploités par l'entreprise. PHOTO : GRACIEUSETÉ

Medavie Blue Cross CEO Bernard Lord says Medavie places a strong emphasis on being responsive, innovative, accountable and community minded. PHOTO: CONTRIBUTED
Bernard Lord, chef de la direction de Croix Bleue Medavie, dit que Medavie accorde une grande importance à la réceptivité, à l'innovation, à la responsabilité et à l'esprit communautaire.
PHOTO : GRACIEUSETÉ

Medavie Blue Cross: 75 years with the same mission

» MILESTONE YEAR MARKED WITH ONGOING COMMITMENT TO WELL-BEING OF CANADIANS, CONTINUED GROWTH

BY JACK MCDOUGALL

With 6,400 employees and a client roster of 2.9 million Canadians, the day-to-day operations of Medavie Blue Cross are anything but simple.

However, the Moncton-based insurer's CEO, former New Brunswick premier Bernard Lord, said its mandate couldn't be more straightforward.

"Our mission is very simple – improve the well-being of Canadians," said Lord, who served on Medavie's board of directors before taking the CEO position in 2016.

The not-for-profit is celebrating its 75th anniversary in 2018 – a "significant milestone," he said.

"We're proud of roots, proud of our history. We are continuing to grow and evolve from our headquarters in Atlantic Canada."

Lord said Moncton "makes sense" as the company's home base. "We feel really at home in Moncton," he said. "We have talented people here and deep roots in the community. We're fortunate to be based here."

Five fast facts about Medavie Blue Cross

1. Medavie is the largest Blue Cross provider in Canada.
2. Nearly half of Medavie's 6,400 employees are based in New Brunswick.
3. Medavie administers $3.7 billion in claims each year
4. One in 15 Canadians are served by Medavie-managed EMS services.
5. Medavie Health Services has operated New Brunswick's provincial ambulance system since 2007 and Nova Scotia's since 1997.

Source: Medavie Blue Cross

He added that Medavie's core values remain the same in every market it serves.

"We strive to be caring, accountable, responsive, innovative and community-minded," Lord said.

Medavie is holding a series of small receptions nationwide to commemorate the occasion, with events planned for Monc-

Croix Bleue Medavie : 75 ans et toujours la même mission

» UNE ANNÉE CHARNIÈRE MARQUÉE PAR UN ENGAGEMENT CONSTANT POUR LE BIEN-ÊTRE DES CANADIENS ET UNE CROISSANCE CONTINUE

PAR JACK MCDOUGALL

Les activités quotidiennes de Croix Bleue Medavie, qui compte 6 400 employés et une clientèle de 2,9 millions de Canadiens, sont loin d'être simples.

Cependant, le chef de la direction de l'assureur de Moncton, Bernard Lord, qui est aussi un ancien premier ministre du Nouveau-Brunswick, déclare que son mandat ne peut être plus simple.

« Notre mission se résume à ceci : améliorer le bien-être des Canadiens », déclare Bernard Lord, qui a siégé au conseil d'administration de Medavie avant d'assumer le poste de chef de la direction en 2016.

L'organisme à but non lucratif célèbre son 75e anniversaire en 2018 - un « jalon important », dit-il.

« Nous sommes fiers de nos racines, fiers de notre histoire. Nous continuons de grandir et d'évoluer à partir de notre siège social au Canada atlantique. »

Bernard Lord affirme que le choix de Moncton comme siège social de l'entreprise est très logique. « Nous nous sentons vraiment chez nous à Moncton, indique-t-il. Nous avons des gens talentueux ici et des racines profondes dans la communauté. Nous avons de la chance d'être basés ici. »

Il ajoute que les valeurs fondamentales de Medavie demeurent les mêmes dans tous les marchés qu'elle dessert.

« Nous nous efforçons d'être bienveillants, responsables, réceptifs, innovateurs et d'avoir l'esprit communautaire », fait remarquer M. Lord.

Pour souligner son anniversaire, Medavie organise une série de petites réceptions un peu partout au pays, avec des événements prévus à Moncton, Halifax et Charlottetown, ainsi qu'à Toronto et dans d'autres grands centres canadiens.

L'assureur a lancé en 1943 un fournisseur d'assurance de services médicaux aux malades hospitalisés appelé Maritime Hospital Service Association. Celui-ci est devenu en 1954 la Maritime Blue Cross-Blue Shield Association. En 1986, l'assureur a changé de nom pour devenir la Croix Bleue du Canada atlantique et a ouvert son siège social à Moncton.

Après avoir pris de l'expansion en Ontario et au Québec, l'assureur a à nouveau changé d'identité en 2005 et est alors devenu Croix Bleue Medavie afin de mieux refléter les marchés français et anglais dans lesquels il exerce ses activités.

Medavie est un mot-valise formé de l'adjectif médical et de l'expression «à vie».

L'année suivante, en 2006, Medavie a cédé sa gestion des SMU au Groupe SMU Medavie, qui est devenu en 2017 Services de santé Medavie (SSM).

SSM sera le principal moteur des visées de croissance de Medavie pour les cinq à dix prochaines années, déclare M. Lord, et des plans d'expansion sont en cours.

Il fait remarquer que déjà l'assureur connaît un succès rapide grâce à l'intégration de ses programmes 811, 911 et extra-mural

> *« Nous nous sentons vraiment chez nous à Moncton. Nous avons des gens talentueux ici et des racines profondes dans la communauté. Nous avons de la chance d'être basés ici.*
>
> BERNARD LORD
> CHEF DE LA DIRECTION DE CROIX BLEUE MEDAVIE

qu'il a mis à l'essai au N.-B. Il lancera bientôt des programmes semblables dans d'autres provinces.

L'assureur a fait des progrès considérables au cours des dernières années, souligne Bernard Lord. Il a ainsi vu l'amélioration de son offre numérique, l'expansion de ses produits

Are you ready for a healthy change in benefits?
Discover why we are Atlantic Canada's Top Group Benefits provider.

Health Care
We look at the big picture, handling all elements of employee plans in-house, using cross-functional expertise.

Self-Care
We empower your employees to make better health decisions.

Plan Care
We provide sustainable benefits that fit your employees and your organization's values and philosophy.

Let's Connect
1-888-227-3400 | GroupBenefits@medavie.bluecross.ca
medaviebc.ca
MEDAVIE BLUE CROSS
75 YEARS

ton, Halifax and Charlottetown, as well as Toronto and other major Canadian centres.

The insurer launched in 1943 as an in-patient medical services insurance provider called the Maritime Hospital Service Association. It became the Maritime Blue Cross-Blue Shield Association in 1954. In 1986, the insurer rebranded as Blue Cross of Atlantic Canada and opened its Moncton headquarters.

After expanding into Ontario and Quebec, the insurer changed its name to Medavie Blue Cross in 2005 to better reflect the French and English markets in which it operated.

Medavie is a portmanteau of the English "medical" and the French "for life" (à vie).

The following year, Medavie spun off its EMS management services business into the Medavie EMS Group, which changed its name in 2017 to Medavie Health Services (MHS).

MHS will be the main driver of Medavie's vision for growth for the next five to 10 years, Lord said, with plans underway to expand.

> *"We feel really at home in Moncton. We have talented people here and deep roots in the community. We're fortunate to be based here.*
>
> BERNARD LORD
> MEDAVIE BLUE CROSS CEO

He noted the insurer is seeing early success from the integration of its 811, 911 and extramural programs it piloted in N.B., and will be launching similar programs in other provinces soon.

The insurer has made significant strides in recent years, Lord said, including improvements to its digital offering, expansion of its long-term disability and life insurance products, and advances in integrated healthcare via MHS.

Lord said the insurer's not-for-profit status means it isn't beholden to shareholders, leaving it free to sink its profits into the Medavie Health Foundation, employee development and other channels that allow it to improve the well-being of Canadians.

The Medavie Health Foundation is a charitable organization focused on supporting programs focused on child and youth mental health, post-traumatic stress disorder (PTSD) and type 2 diabetes.

In all of Medavie's endeavours, Lord said its employees are a vital component of its success and future growth "wherever they may be."

"We don't take anything for granted," Lord said. We are always asking how we can ensure we have a better future and better serve our clients."

Medavie Blue Cross CEO Bernard Lord. PHOTO: CONTRIBUTED
Bernard Lord, chef de la direction de Croix Bleue Medavie. PHOTO : GRACIEUSETÉ

d'assurance invalidité de longue durée et d'assurance vie, et des progrès dans les soins de santé intégrés par l'entremise de SSM.

M. Lord précise que le statut d'organisme sans but lucratif de l'assureur signifie qu'il n'est pas redevable aux actionnaires, ce qui lui laisse la liberté d'investir ses profits dans la Fondation Medavie pour la santé, dans le perfectionnement des employés et dans d'autres canaux qui lui permettent d'améliorer le bien-être des Canadiens.

La Fondation Medavie pour la santé est un organisme de bienfaisance qui appuie des programmes axés sur la santé mentale des enfants et des adolescents, le syndrome de stress post-traumatique (SSPT) et le diabète de type 2.

M. Lord insiste sur le fait que les employés de Medavie – quel que soit le lieu géographique ou la sphère d'activités où ils travaillent — sont une composante essentielle du succès et de la croissance future de l'entreprise.

« Nous ne tenons rien pour acquis, de dire Bernard Lord. Nous nous demandons toujours comment nous pouvons nous assurer un meilleur avenir tout en servant encore mieux nos clients. »

Cinq faits saillants sur Croix Bleue Medavie

1. Medavie est le plus important fournisseur de Croix Bleue au Canada.
2. Près de la moitié des 6 400 employés de Medavie sont basés au Nouveau-Brunswick.
3. Medavie administre 3,7 milliards de dollars en réclamations chaque année.
4. Un Canadien sur 15 est servi par les services de SMU gérés par Medavie.
5. Les Services de santé Medavie exploitent le réseau ambulancier provincial du Nouveau-Brunswick depuis 2007 et celui de la Nouvelle-Écosse depuis 1997.

Source : Croix Bleue Medavie

Igor Dobrovolskiy

» ATLANTIC BALLET THEATRE OF CANADA CO-FOUNDER KNOWS FIRST-HAND THE FRESH PERSPECTIVE IMMIGRANTS CAN PROVIDE A COMMUNITY

BY KEN KELLEY

When Igor Dobrovolskiy arrived in Canada at the turn of the century, unable to speak either of the country's official languages, his career had already taken him around the world. A native of the Ukraine and a graduate of the Kiev State Ballet Academy National University of the Arts, Dobrovolskiy is an award-winning director and has pursued dance for more than two decades, having toured regularly throughout the United States and Europe.

In mid-2001, Dobrovolskiy found himself in Moncton. Together with Susan Chalmers-Gauvin, they founded the Atlantic Ballet Theatre of Canada in early 2002. Since its inception, the company has put more than a dozen major productions on stages.

Dobrovolskiy spoke with Chamber Vision about his experience immigrating to Canada and how he feels immigrants can help energize a community:

Q: Tell us a bit about what led you to the Greater Moncton area around the turn of the century.

A: I've lived my professional career and travelled throughout the world as a ballet dancer. I originally came to Moncton as part of a contract. One of the first things I noticed was the city didn't already have a ballet company that operated year-round, but I saw a lot of potential in the city. Fortunately, I had met someone – Susan - that believed in my dream to create a full-time ballet company, and we decided to go into business together.

Igor Dobrovolskiy

» LE COFONDATEUR DU BALLET-THÉÂTRE ATLANTIQUE DU CANADA CONNAÎT INTIMEMENT LA PERSPECTIVE NOUVELLE QUE DES IMMIGRANTS PEUVENT APPORTER À UNE COMMUNAUTÉ

PAR KEN KELLEY

Lorsque Igor Dobrovolskiy est arrivé au Canada au tournant du siècle, incapable de parler l'une ou l'autre des langues officielles du pays, sa carrière l'avait déjà amené à faire le tour du monde. Originaire d'Ukraine et diplômé de l'Académie de ballet de Kiev de l'Université nationale des arts, Dobrovolskiy est un metteur en scène primé qui mène une brillante carrière en danse depuis plus de deux décennies et qui s'est régulièrement produit en tournée partout aux États-Unis et en Europe.

Vers le milieu de 2001, Dobrovolskiy s'est retrouvé à Moncton. Avec Susan Chalmers-Gauvin, il a fondé le Ballet-théâtre Atlantique du Canada au début de 2002. Depuis sa création, la compagnie a mis en scène plus d'une douzaine de productions majeures.

M. Dobrovolskiy s'est entretenu avec Vision de la Chambre au sujet de son expérience d'immigrant au Canada et il a partagé comment il pense que les immigrants peuvent aider à dynamiser une communauté :

Q: Racontez-nous un peu ce qui vous a amené dans la région du Grand Moncton au tournant du siècle.

R: Ma carrière professionnelle de danseur classique m'a amené à voyager à travers le monde. Au départ, je suis venu à Moncton dans le cadre d'un contrat. L'une des premières choses que j'ai remarquées, c'est que la ville n'avait pas déjà une compagnie de ballet qui fonctionnait toute l'année, mais j'ai vu beaucoup de potentiel dans la ville. Heureusement, j'ai rencontré quelqu'un - Susan - qui croyait en mon rêve de créer une compagnie de ballet à temps plein, et nous avons décidé de nous lancer en affaires ensemble.

Q: J'ai cru comprendre que vous ne parliez ni l'anglais ni le français à votre arrivée au Canada. Est-ce que c'était intimidant d'essayer de s'acclimater à votre nouveau pays tout en apprenant une nouvelle langue?

R: Au début, je parlais très peu l'anglais, et c'était certes intimidant. Mais j'ai compris très tôt que la langue est un outil primordial. J'ai passé de nombreuses heures au téléphone avec Susan à l'écouter parler et à apprendre la langue de cette façon. Mais j'ai aussi parlé l'anglais à chaque fois que j'en ai eu l'occasion.

Igor Dobrovolskiy speaking with attendees at the Atlantic Immigration Summit, held in Moncton in May. The event's focus included finding innovative and practical solutions to strengthen Atlantic Canada's immigraton system. PHOTO: VIKTOR PIVOVAROV / *Igor Dobrovolskiy s'adresse aux participants au Sommet atlantique sur l'immigration qui s'est tenu à Moncton en mai. L'événement visait notamment à trouver des solutions novatrices et pratiques pour renforcer le système d'immigration du Canada atlantique.* PHOTO : VIKTOR PIVOVAROV

Q: I understand you didn't speak English or French when you arrived in Canada. How daunting was that, trying to acclimatize to your new home while also learning a new language?

A: I spoke very limited English in the beginning. Just the basics, and it was daunting. But I understood early on that language is one of the most important things you can have. I spent many hours on the phone with Susan listening to her speak and learning the language that way. But I also spoke it at every opportunity I could.

When people are learning a new language, they often don't try speaking it because they are shy or they worry they're going to look silly if they say something wrong. But even if you do make a mistake, people will correct you and provide guidance. I speak six languages and have never been afraid to speak. That's the key to learning a new language.

> *"Immigrants not only bring their knowledge and the skills they've learned, they bring a fresh vision and different appreciation for potential. One of the best things a community can do is to give immigrants the opportunity to show what they're capable of doing.*
>
> IGOR DOBROVOLSKIY
> BALLET-THÉÂTRE ATLANTIQUE DU CANADA

Q: Do you believe or hope your life serves as an example to others looking to immigrate to Canada, with respect to what they're able to achieve?

A: I do hope that others see me as an example because I'm one of the lucky ones. With big dreams comes big success, but you have to be sure to pursue those dreams and not be left wondering if life could have turned out differently.

Q: What kind of benefits do you feel that immigrants bring to a community?

A: Immigrants not only bring their knowledge and the skills they've learned, they bring a fresh vision and different appreciation for potential. One of the best things a community can do is to give immigrants the opportunity to show what they're capable of doing.

You have engineers, doctors and other skilled professionals coming to Canada that aren't able to pursue what they know and where their strengths may lie. One of the best things any city can do is not only to attract immigrants to their city, but also give them a reason to move there.

A scene from the Atlantic Ballet Theatre of Canada production Alien, staged this past May, an intimate exploration of the human side of immigration by choreographer Igor Dobrovolskiy, a co-founder of the theatre company and an immigrant from Ukraine. PHOTO: VIKTOR PIVOVAROV / *Une scène de la production Alien du Ballet-théâtre Atlantique du Canada, mise en scène en mai dernier, il s'agit d'une exploration intime du côté humain de l'immigration réalisée par le chorégraphe Igor Dobrovolskiy, cofondateur de la compagnie de théâtre et immigrant d'Ukraine.* PHOTO : VIKTOR PIVOVAROV

Lorsque les gens apprennent une nouvelle langue, bien souvent, ils ne se hasardent pas à la parler parce qu'ils sont timides ou qu'ils craignent d'avoir l'air ridicule s'ils font une erreur. Mais même si vous faites une erreur, les gens vous corrigeront et vous guideront. Je parle six langues et je n'ai jamais eu peur de parler. C'est le secret pour apprendre une nouvelle langue.

Q : Croyez-vous ou espérez-vous que votre vie sert d'exemple à d'autres personnes qui cherchent à immigrer au Canada, en ce qui concerne ce qu'elles sont capables d'accomplir?

R: J'espère que les autres me voient comme un exemple parce que je suis l'un des chanceux. Les grands rêves ouvrent la voie à de grands succès, mais il faut à tout prix poursuivre ces rêves et ne pas se laisser distraire en se demandant si la vie aurait pu être autrement.

Q : Selon vous, quels sont les avantages que les immigrants apportent à une communauté?

R: Les immigrants n'apportent pas seulement leurs connaissances et les compétences qu'ils ont acquises, ils apportent une vision nouvelle et une appréciation différente des possibilités. L'une des meilleures choses qu'une communauté peut faire, c'est de donner aux immigrants l'occasion de montrer ce dont ils sont capables.

Il y a des ingénieurs, des médecins et d'autres professionnels qualifiés qui viennent au Canada, mais qui ne sont pas en mesure de poursuivre ce qu'ils savent et de déterminer où se situent leurs forces. Le mieux qu'une ville peut faire, c'est non seulement d'attirer des immigrants chez elle, mais de leur donner une raison de s'y installer.

Alyson Chisholm, owner of Windy Hill Organic Farm, a member of the Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op. Maxime Gauvin, executive director of the Dieppe-based co-operative, says it makes sense both economically and environmentally to support local businesses. PHOTO: CONTRIBUTED / *Alyson Chisholm, propriétaire de Windy Hill Organic Farm, membre de la Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op. Maxime Gauvin, directeur général de la coopérative de Dieppe, maintient qu'il est logique, tant sur le plan économique qu'environnemental, de soutenir les entreprises locales.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

'Supporting local business...spreads wealth around our community'

» 'CELEBRATE LOCAL' IS THEME FOR THIS YEAR'S GREATER MONCTON BUSINESS EXCELLENCE AWARDS

BY EDITH ROBB

When you buy locally, you invest. When you buy outside, you spend.

That's the essence of the case for supporting local businesses, says Mike Timani, founder of the Moncton-based Fancy Pokket Corporation, Atlantic Canada's largest producer of pita bread, bagels and tortilla wraps.

"Supporting local business creates a synergy," he explained. "It spreads wealth around our community."

"A company like ours has to purchase goods and services from many other companies," he said, referring to the firm's 36,000 square foot plant on Moncton's St. George Street. "We have to buy ingredients, landscape our property and invest in technology.

Added Timani: "And the circle goes further, because the more sales you have, the more you grow and the more local people you can hire. We are up to 70 employees now."

Timani was reacting enthusiastically to the news that The Chamber of Commerce for Greater Moncton has selected "Celebrate Local" as the theme for the 2018 Greater Moncton Business Excellence Awards. The event is set for Oct. 24 at Casino New Brunswick.

His response was echoed by a number of local producers of goods and services. They all shared their philosophies of how Greater Moncton's vibrant economy is related to a very important decision by many consumers and businesses - to buy local whenever possible.

"Buying local creates wealth in the region and leads to more investment and better paying jobs," said Terry Malley, president and chief executive officer of Malley Industries Inc. in Dieppe. "Everybody benefits and it helps to build a strong local economy. It creates capacity and draws resources and people from other regions."

Malley's 90,000 square foot manufacturing facility has become one of Canada's largest adaptive mobility manufacturers. The company makes ambulances, security and prisoner transport vehicles and specialize in commercial vehicle uplifting.

« Appuyer les entreprises locales, c'est semer la richesse dans notre communauté »

» CÉLÉBRONS LES PRODUITS LOCAUX EST LE THÈME DES PRIX D'EXCELLENCE EN AFFAIRES DU GRAND MONCTON DE CETTE ANNÉE

PAR EDITH ROBB

Lorsque vous achetez localement, vous investissez. Quand vous achetez à l'extérieur, vous ne faites que dépenser.

Voilà le raisonnement derrière la campagne d'appui aux entreprises locales, affirme Mike Timani, fondateur de Fancy Pokket Corporation de Moncton, le plus grand producteur de pain pita, de bagels et de tortillas du Canada atlantique.

« Le soutien aux entreprises locales crée une synergie, explique-t-il. Cela sème la richesse dans notre communauté. »

« Une entreprise comme la nôtre doit acheter des biens et des services de nombreuses autres entreprises », dit-il en parlant de l'usine de 36 000 pieds carrés de l'entreprise située sur la rue St-George à Moncton. « Nous devons acheter des ingrédients, aménager notre propriété et investir dans la technologie. »

Et M. Timani d'ajouter : « Et cela va plus loin encore, parce que plus vous avez de ventes, plus vous grandissez et plus vous pouvez embaucher des gens de la région. Nous en sommes à 70 employés maintenant ».

Mike Timani réagissait avec enthousiasme à la nouvelle que la Chambre de Commerce pour le Grand Moncton a choisi Célébrons les produits locaux comme thème pour les Prix d'excellence en affaires du Grand Moncton 2018. Le gala de remise des prix d'excellence est prévu pour le 24 octobre au Casino du Nouveau-Brunswick.

Son enthousiasme a trouvé écho chez bon nombre de producteurs locaux de biens et de services. Ils sont tous d'avis que l'économie dynamique du Grand Moncton tient à une décision très importante prise par de nombreux consommateurs et entreprises d'acheter des produits locaux chaque fois que c'est possible.

« L'achat local crée de la richesse dans la région et mène à plus d'investissements et à des emplois mieux rémunérés », déclare Terry Malley, président et chef de la direction de Malley Industries Inc. à Dieppe. « Tout le monde en profite et cela aide à bâtir une économie locale forte. Cela crée une capacité et attire des ressources et des gens d'autres régions. »

L'usine de fabrication de 90 000 pieds carrés de Malley est de-

Mike Timani and his son Nader Timani at the Moncton plant of Fancy Pokket Corporation, Atlantic Canada's largest producer of pita bread, bagels and tortilla wraps. Mike Timani says supporting area businesses creates synergy. PHOTO: CONTRIBUTED / *Mike Timani et son fils Nader Timani à l'usine de Moncton de Fancy Pokket Corporation, le plus grand producteur de pain pita, de bagels et de tortillas du Canada atlantique. Mike Timani est d'avis que le soutien aux entreprises de la région crée une synergie.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

Ambulances from Malley Industries Inc. in Dieppe destined for Oklahoma.Company president and CEO Terry Malley, who describes Greater Moncton as "an entrepreneurial hot bed," says supporting local business in turn strengthens the local economy PHOTO: CONTRIBUTED / *Des ambulances de Malley Industries Inc. de Dieppe sont destinées à l'Oklahoma. Le président et chef de la direction de la compagnie, Terry Malley, décrit le Grand Moncton comme une pépinière d'entreprises. Il déclare que le soutien aux entreprises locales renforce l'économie locale.* *PHOTO : GRACIEUSETÉ*

"I think all businesses and consumers should buy in concentric circles," said Malley. "Try to buy local, then provincially, then the Atlantic region and then nationally. We've always done that and our business alone touches 125 other local businesses for goods and services."

His sentiments are echoed by Shaun Fraser, who has the philosophy that it's important to "feed people around your own table."

He and his wife Lilia founded the popular Pump House brewery and restaurant on Orange Lane in Moncton. Within six years after its creation, it was named Canada's Brewery of the Year" and this year became number one in Canada for its Crafty Radler beer.

"When money moves through local businesses, it circulates into other local businesses and everyone gets stronger," said Fraser.

Maxime Gauvin is executive director of the Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op, a Dieppe-based 28-member agricultural co-operative serving Southeastern New Brunswick. He believes that supporting local businesses by buying what they produce makes sense on three levels.

"Environmentally, it is important," he said. "Our local farmers generally use processes that are less disruptive to the environment and their lower costs to transport their food to market reduces the carbon footprint."

Added Gauvin: "Economically it makes sense because it keeps money in the region, and from a growth perspective it is vital because it builds diversity into what we produce."

John Wishart, chief executive officer of The Chamber of Commerce for Greater Moncton, said his organization selected the "Celebrate Local" theme because they wanted to increase the focus on the variety and expanse of products produced in the Greater Moncton area.

"We have a lot of products being produced here that people are not aware of. We have lots of smaller businesses who only sell in the local market and others that export. It is quite varied."

Wishart said the Chamber also wants to showcase the quality of what is produced in the region.

"Numbers are one thing, but quality is what really counts, and on that level, Greater Moncton's businesses can compete anywhere within the global marketplace," he said.

Greater Moncton's entrepreneurs certainly agree.

"Greater Moncton is an entrepreneurial hot bed and that's not going to change anytime soon," said Malley.

"There's a lot of wonderful companies doing interesting and innovative things. We are also benefiting from all the young entrepreneurs coming out of the business programs at Université de Moncton and Crandall University."

Continued Malley: "We're the little engine that could that pulled itself to the top of the hill. It is very entrepreneurial and creative and competitive here."

Fraser, too, noted how Moncton is certainly holding its own in an increasingly competitive marketplace. As an example, he's soon expanding his locally produced beverages into not just the United States but Mexico, too.

"This city stands on its own legs and is one of the top places to do business in Canada," he said.

"Our local businesses are very successful at competing nationally," echoed Timani, whose company is posed to launch a full line of traditional baked goods (sliced bread, muffins, cookies, pound cake, etc.) into supermarkets.

There is still the question, however, of what more can be done to promote supporting local business. Gauvin said in the case of local food, there is still a small disconnect between people's intentions and their actions, although sales of local produce from his members are increasing at the Dieppe and Shediac markets.

"One of the best ways we could support our local food producers is for businesses to commit to a policy that all of their functions serve only local food," he suggested.

He also said the more consumers ask for local products in their stores, the more they will be provided.

Fraser said a guild system could work. Local businesses would join to be called upon to be featured at government-sponsored events.

Timani suggested staging an event to showcase local products all in one place for the public to see what is available.

Tickets for the Greater Moncton Business Excellence Awards, set for 7 p.m. Oct. 24 at Casino NB, are available from the Chamber by calling 857-2883 or emailing events@gmcc.nb.ca. The event's sponsor is RBC Dominion Securities.

venue l'un des plus importants fabricants de mobilité adaptative au Canada. L'entreprise fabrique des ambulances, des véhicules de sécurité et de transport de prisonniers et se spécialise dans l'adaptation ou l'aménagement des véhicules commerciaux.

« Je pense que toutes les entreprises et les consommateurs devraient acheter en cercles concentriques », fait remarquer M. Malley. « Essayez d'acheter à l'échelle locale, puis à l'échelle provinciale, puis à l'échelle de la région de l'Atlantique et enfin à l'échelle nationale, conseille-t-il aux gens. Nous l'avons toujours fait et, à elle seule, notre entreprise obtient des biens et des services de 125 autres entreprises locales. »

Shaun Fraser pense aussi qu'il est important de « nourrir les gens autour de sa propre table ».

Avec son épouse Lilia, il a fondé la populaire brasserie Pump House située le long de l'allée Orange à Moncton. Six ans après sa création, elle a été nommée « brasserie canadienne de l'année ». Elle a aussi été reconnue cette année brasserie numéro un au Canada pour sa bière «Crafty Radler».

« Lorsque l'argent passe par des entreprises locales, il circule dans d'autres entreprises locales, et tout le monde en ressort plus fort », déclare Shaun Fraser.

Maxime Gauvin est directeur général de la Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op, une coopérative agricole de 28 membres basée à Dieppe qui sert le Sud-Est du Nouveau-Brunswick. Il estime que c'est tout à fait logique de soutenir les entreprises locales en achetant ce qu'elles produisent.

« Sur le plan de l'environnement, c'est important, dit-il. Nos agriculteurs locaux utilisent généralement des procédés qui perturbent moins l'environnement, et leurs coûts sont moins élevés pour transporter leurs aliments jusqu'au marché, ce qui réduit l'empreinte de carbone. »

Maxime Gauvin ajoute : « Sur le plan économique, c'est logique puisque cela permet de garder l'argent dans la région et, du point de vue de la croissance, c'est vital parce que cela permet d'intégrer de la diversité dans ce que nous produisons ».

John Wishart, directeur général de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton, déclare que son organisation a choisi Célébrons local parce qu'elle voulait mettre davantage l'accent sur la variété et l'étendue des produits fabriqués dans la région du Grand Moncton.

« Nous avons beaucoup de produits fabriqués ici que les gens ne connaissent pas. Beaucoup de petites entreprises ne vendent que sur le marché local, tandis que d'autres exportent. C'est assez varié. »

M. Wishart dit que la Chambre veut aussi mettre en lumière la qualité de ce qui est produit dans la région.

« Les chiffres sont une chose, mais ce qui compte vraiment, c'est la qualité, et, sur ce plan, les entreprises du Grand Moncton peuvent soutenir la concurrence n'importe où sur le marché mondial. »

Et les entrepreneurs du Grand Moncton sont certainement d'accord avec lui!

« Le Grand Moncton est une véritable pépinière d'entrepreneurs et cela ne changera pas de sitôt », affirme M. Malley.

« Il y a beaucoup d'entreprises merveilleuses qui font des choses intéressantes et novatrices. Nous bénéficions aussi de l'apport de tous ces jeunes entrepreneurs qui sortent des programmes en commerce de l'Université de Moncton et de l'Université Crandall ».

Et M. Malley de poursuivre : « Nous sommes le petit train qui a pu se hisser jusqu'au sommet de la colline. C'est très entrepreneurial, créatif et compétitif ici ».

Shaun Fraser fait également valoir que Moncton tient certainement le coup dans un marché de plus en plus concurrentiel. Par exemple, Pump House Brewery vendra bientôt ses boissons produites localement non seulement aux États-Unis, mais aussi au Mexique.

« Cette ville se tient fièrement debout et c'est l'un des meilleurs

Shaun Fraser, co-owner and co-founder of Moncton's Pump House brewery and restaurant, pours a glass of their most popular brew, Crafty Radler. PHOTO: TANYA EVERETT PHOTOGRAPHY / *Shaun Fraser, copropriétaire et cofondateur de la brasserie et du restaurant Pump House de Moncton, verse un verre de leur boisson la plus populaire, Crafty Radler.* *PHOTO: TANYA EVERETT PHOTOGRAPHY*

endroits pour faire des affaires au Canada », dit-il.

« Nos entreprises locales réussissent très bien à soutenir la concurrence sur la scène nationale », renchérit Mike Timani. En effet, son entreprise doit bientôt lancer dans les supermarchés une gamme complète de produits de boulangerie traditionnels (pain tranché, muffins, biscuits, biscuits, gâteaux quatre-quarts, etc.).

Il reste à savoir ce qui peut être fait de plus pour promouvoir le soutien aux entreprises locales. Maxime Gauvin souligne toutefois que pour ce qui est des aliments locaux, il y a encore un léger écart entre les intentions des gens et leurs actions, même si les ventes de produits locaux de ses membres augmentent dans les marchés de Dieppe et de Shediac.

« L'un des meilleurs moyens d'appuyer nos producteurs d'aliments locaux, c'est que les entreprises s'engagent à adopter une politique selon laquelle dans toutes leurs activités ils ne servent que des aliments locaux », suggère-t-il.

Il ajoute que plus les consommateurs demanderont des produits locaux dans leurs magasins, plus ils en recevront.

Shaun Fraser estime qu'un système de guilde pourrait fonctionner. Les entreprises locales feraient partie de la guilde et seraient invitées à participer à des événements parrainés par le gouvernement.

Mike Timani propose d'organiser un événement pour mettre en valeur les produits locaux dans un seul endroit pour que le public puisse voir ce qui est disponible.

On peut se procurer des billets pour le gala des Prix d'excellence en affaires du Grand Moncton, prévu pour 19 h le 24 octobre au Casino NB, en appelant au 857-2883 ou en envoyant un courriel à events@gmcc.nb.ca. Le commanditaire de l'événement est RBC Dominion valeurs mobilières.

The $113 million Moncton Events Centre is seen as a shining jewel in Greater Moncton's entertainment, sports and tourism crown. PHOTO: RON WARD/CITY OF MONCTON / *Le Complexe au centre-ville de Moncton construit au coût de 113 millions de dollars est le joyau de l'offre du Grand Moncton dans le domaine du divertissement, du sport et du tourisme. PHOTO : RON WARD/ VILLE DE MONCTON*

Game changer

» MONCTON EVENTS CENTRE FINALLY OPENS ITS DOORS AND STARTS A VIBRANT NEW ERA IN COMMUNITY'S GROWTH

BY JENNIFER GOUCHIE-TERRIS

There's an undeniable sense of excitement - and perhaps even some relief - in the community now that the long-awaited opening of Moncton's Downtown Events Centre became reality in September.

"It's incredibly exciting," stated a proud Moncton Mayor Dawn Arnold, interviewed prior to the opening. "It's been a long time coming."

She praised the many people involved with the project throughout the years, including former mayor George LeBlanc and city council members whom she considers visionaries.

Although the community is probably most excited about the events that will take place there, Arnold is most excited about what it has to say about Moncton.

"It's a tangible example of what's going on in the city and where we are going. It's an absolute game changer."

She's been a part of many tours of the centre over the past few months and says overall people have been very impressed.

"It's a spectacular space and will attract people from all over, It's a world-class facility bringing world-class events to our city."

Time was, Moncton was often overlooked when it came to large concerts and sporting events, but that's a thing of the past.

"They're not passing us by any more," promised Arnold. "They can see the potential."

The centre may have just opened, but it's already paying dividends. For example, construction permits reached record numbers in 2017, surpassing Halifax which Arnold said was previously unheard of.

> *"It's a spectacular space and will attract people from all over. It's a world-class facility bringing world-class events to our city.*
>
> MONCTON MAYOR DAWN ARNOLD

Un Complexe qui change la donne!

» LE COMPLEXE AU CENTRE-VILLE DE MONCTON OUVRE ENFIN SES PORTES ET MARQUE LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE DE CROISSANCE POUR LA COMMUNAUTÉ

PAR JENNIFER GOUCHIE-TERRIS

Il y a un sentiment indéniable d'excitation - et peut-être même un certain soulagement - dans la communauté maintenant que l'ouverture tant attendue du Complexe au centre-ville de Moncton est devenue réalité en septembre.

« C'est super excitant! », a déclaré fièrement la mairesse de Moncton, Dawn Arnold, interviewée avant l'ouverture. « Ça a été long à venir! »

Elle a fait l'éloge des nombreuses personnes qui ont participé au projet au fil des ans, y compris l'ancien maire George LeBlanc et les membres du conseil municipal qu'elle considère comme des visionnaires.

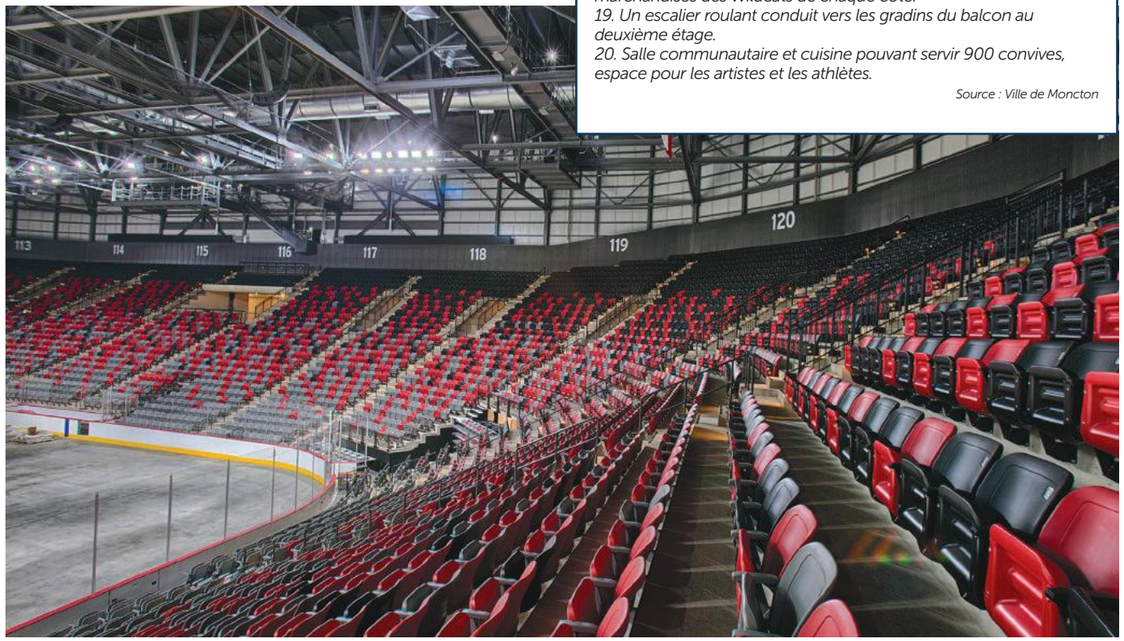
Si la communauté est enchantée à la perspective des événements qui auront lieu au Complexe, Dawn Arnold est pour sa part très emballée par ce que le Complexe dit au sujet de Moncton.

« C'est un exemple tangible de ce qui se passe dans la ville et cela indique la direction que nous voulons prendre. C'est

Complexe au centre-ville de Moncton : EN BREF : 20 FAITS

1. Entrepreneur - Bird Capital Ltd.
2. Coût - 113 millions de dollars.
3. Gestion et exploitation par SMG Canada.
4. Début de la construction en mars 2016.
5. Durée du projet - 28 mois.
6. Consultant – Stantec Architecture Ltd.
7. Architecte principal – au départ Raven Spanier, suivi de Rob Bateman.
8. 23 000 mètres carrés de superficie.
9. 9 000 sièges fixes ou permanents.
10. 13 comptoirs casse-croûte.
11. 16 loges de luxe.
12. 8 loges.
13. Inclut un espace multifonctionnel, un bar-salon, des loges privées et une surface de glace de grandeur réglementaire pour la LNH.
14. Le nouveau domicile des Wildcats de Moncton qui font partie de la Ligue de hockey junior majeur du Québec.
15. Plaza extérieure multifonctionnelle qui accueillera des divertissements pour la collectivité tout au long de l'année, dont des expositions d'œuvres d'art public, des gradins, des comptoirs de restauration, du patinage extérieur, des sports et des spectacles divers.
16. Création de 20 emplois à temps plein et des centaines d'emplois à temps partiel.
17. Situé sur l'ancienne propriété du Highfield Square le long de la rue Main.
18. Le hall d'entrée s'ouvre sur une billetterie avec un magasin de marchandises des Wildcats de chaque côté.
19. Un escalier roulant conduit vers les gradins du balcon au deuxième étage.
20. Salle communautaire et cuisine pouvant servir 900 convives, espace pour les artistes et les athlètes.

Source : Ville de Moncton



Located on Main Street on the former site of the Highfield Square mall, the newly-opened Moncton Events Centre measures 23,000 square metres in size and feature 8,800 permanent/ fixed seats. PHOTO: RON WARD/CITY OF MONCTON / *Situé sur la rue Main, là où se trouvait autrefois le centre commercial Highfield Square, le nouveau Complexe au centre-ville de Moncton couvre une superficie de 23 000 mètres carrés et comprend 8 800 places fixes ou permanentes. PHOTO : RON WARD/VILLE DE MONCTON*

The plaza outside the Moncton Events Centre, which includes a skating oval named after the late Ian Fowler, who was the city's General Manager of Economic Development, Tourism and Culture. It was designed with the intent of being a community gathering place. PHOTO: RON WARD/CITY OF MONCTON / *La plaza située en dehors du Complexe au centre-ville de Moncton comprend un ovale pour le patinage nommé en l'honneur de Ian Fowler, qui était le directeur général du Développement économique, du Tourisme et de la Culture de la Ville. La plaza a été conçue pour être un lieu de rassemblement de la communauté. PHOTO : RON WARD/VILLE DE MONCTON*

1 -. Former Moncton mayor George LeBlanc. PHOTO: CITY OF MONCTON / *L'ancien maire de Moncton, George LeBlanc. PHOTO : VILLE DE MONCTON*
2 - Ian Fowler, Moncton's former General Manager of Economic Development, Tourism and Culture. PHOTO: CITY OF MONCTON / *Ian Fowler, l'ancien directeur général du Développement économique, du Tourisme et de la Culture de la Ville Moncton. PHOTO : VILLE DE MONCTON*
3 - Moncton Mayor Dawn Arnold. PHOTO: CITY OF MONCTON / *La mairesse de Moncton, Dawn Arnold. PHOTO : VILLE DE MONCTON*

Her predecessor agrees.

"We're really seeing the results of this shared vision," said LeBlanc.

He sings the praises of the many people who shared the vision along the way, including the late Ian Fowler, who had been Moncton's General Manager of Economic Development, Tourism and Culture, and other former City of Moncton staff.

"I'm very thankful for that," said LeBlanc.

The new centre rose from the site of the former Highfield Square on Main Street and brought new life to the downtown core which LeBlanc said fits perfectly with the city's long-time motto of Resurgo or rise again.

"This is a perfect example of that."

Admittedly, it's still all a bit a surreal for Nick DeLuco, general manager of the Moncton Events Centre. He can now look out of his office window and not only see the hustle and bustle of the re-energized downtown, but the construction of the prestigious Hyatt Place Moncton directly across the street.

He considers the Moncton Events Centre a huge asset to the Greater Moncton Area and a catalyst for the downtown core to become a lot more active, busy and prosperous.

"It's been talked about for a decade, but it's now a reality. We're in here now so it's very real. We're living it.'

The world-class facility is attracting people from throughout the region to concerts and sporting events, but also acting as a draw for local shops, stores, restaurants, bars, clubs and hotels/motels.

"It has a lot to offer the community and the region as a whole," said DeLuco.

He's extremely pleased with the completed facility, operated and maintained by SMG Canada and recently described as one of the nicest buildings of its size in North America.

"I'm excited to have people come see it and experience it."

Moncton Events Centre: 20 FAST FACTS

1. Contractor - Bird Capital Ltd.
2. Cost - $113 million.
3. Managed and operated by SMG Canada.
4. Construction began March, 2016.
5. Project duration - 28 months.
6. Consultant - Stantec Architecture Ltd.
7. Lead architect - Initially Raven Spanier, followed by Rob Bateman.
8. 23,000 square metres in size.
9. 9,000 permanent/fixed seats.
10. 13 concession stands.
11. 16 luxury suites.
12. 8 dressing rooms.
13. Includes flexible space, club lounge, private boxes, NHL-sized ice surface.
14. New home to the Moncton Wildcats of the Quebec Major Junior Hockey League.
15 .Multi-use outdoor plaza will provide entertainment for community year-round with public art, seating, concessions, outdoor skating, sports, and entertainment events.
16. 20 full-time and hundreds of part-time jobs created.
17. Situated at the site of the former Highfield Square property on Main Street.
18. Lobby opens to a ticketing booth and Wildcats merchandise store on each side.
19. Escalators towards balcony seating on second floor.
20. Community room and kitchen capable of serving 900 plates, rooms for performers and athletes.

Source: City of Moncton

4 - Escalators and easy to read signage greet guests entering the newly opened Moncton Events Centre. PHOTO: RON WARD/CITY OF MONCTON
Au Complexe au centre-ville de Moncton, l'accès des visiteurs est facilité par des escaliers roulants et une signalisation facile à lire. PHOTO : RON WARD/VILLE DE MONCTON
5 - The Moncton Events Centre's amenities include a VIP club lounge on the second floor. PHOTO: RON WARD/CITY OF MONCTON
Parmi les installations du Complexe au centre-ville de Moncton, on trouve un bar-salon VIP au deuxième étage. PHOTO : RON WARD/VILLE DE MONCTON

quelque chose qui change véritablement la donne! »

Au cours des derniers mois, elle a maintes fois participé à des visites du Complexe et elle rapporte que dans l'ensemble les gens ont été très impressionnés.

« C'est un espace spectaculaire qui attirera des gens de partout. C'est une installation de calibre mondial qui accueillera des événements d'envergure dans notre ville. »

Il fut une époque où Moncton était souvent négligée lorsqu'il s'agissait d'accueillir de grands concerts et des événements sportifs d'envergure, mais c'est désormais chose du passé.

« Ils ne peuvent plus nous ignorer », promet Dawn Arnold. Ils ne peuvent faire autrement que de voir notre potentiel. »

Le Complexe vient à peine d'ouvrir ses portes, mais déjà il rapporte des dividendes. Les permis de construction ont ainsi atteint un niveau record en 2017, dépassant même Halifax. « Du jamais vu! », déclare Dawn Arnold.

Et son prédécesseur, George LeBlanc le confirme : « Nous voyons vraiment les résultats de cette vision commune ».

Il s'empresse de faire l'éloge des nombreuses personnes qui ont partagé la vision en cours de route, y compris feu Ian Fowler, qui avait été directeur général du Développement économique, du Tourisme et de la Culture à Moncton, et d'autres anciens employés de la Ville de Moncton.

« Je leur suis très reconnaissant » a affirmé George LeBlanc.

Le nouveau centre s'élève sur l'emplacement de l'ancien centre commercial Highfield Square sur la rue Main et insuffle une nouvelle vie au centre-ville, ce qui, selon M. LeBlanc, correspond parfaitement à la devise de la Ville, Resurgo, qui signifie qui s'élève à nouveau.

« C'est un bel exemple de ce genre de renaissance! ».

En fait, c'est encore un peu surréaliste pour Nick DeLuco, directeur général du Complexe au centre-ville de Moncton. De la fenêtre de son bureau, il peut maintenant voir non seulement l'effervescence du centre-ville revitalisé, mais aussi suivre la construction du prestigieux Hyatt Place Moncton, directement de l'autre côté de la rue.

> *C'est un espace spectaculaire qui attirera des gens de partout. C'est une installation de calibre mondial qui accueillera des événements d'envergure dans notre ville.*
>
> LA MAIRESSE DE MONCTON, DAWN ARNOLD

Selon lui, le Complexe au centre-ville de Moncton est un atout énorme pour la région du Grand Moncton et il agit comme catalyseur pour dynamiser le centre-ville et en accroître la prospérité.

« On en parle depuis une décennie, mais c'est maintenant une réalité. Nous sommes ici, donc c'est très réel. Nous le vivons! »

Cette installation de calibre mondial attire des gens de toute la région pour des concerts et des événements sportifs, mais elle augmente aussi l'affluence dans les boutiques et magasins locaux, les restaurants, les bars, les clubs ainsi que dans les hôtels et motels de la région.

« Le Complexe a beaucoup à offrir à la communauté et à la région dans son ensemble », déclare M. DeLuco.

M. DeLuco se dit extrêmement satisfait de l'achèvement du Complexe qui est exploité et entretenu par SMG Canada. Quelqu'un a d'ailleurs dit que c'était l'un des plus beaux bâtiments de cette taille en Amérique du Nord.

« Je suis emballé à l'idée que les gens viennent le voir et en faire l'expérience! »

Four faces of the Moncton Events Centre

The new Moncton Events Centre is now operational, and here are a few of the people involved with the facility.

Nick DeLuco, SMG Canada's general manager for the Moncton Events Centre.

Bonnie Porter, SMG Canada's director of marketing for the Moncton Events Centre.

Jessica LeBlanc, SMG Canada's event manager for the Moncton Events Centre.

Isabelle LeBlanc, director of corporate communications for the City of Moncton.

Quatre visages du Complexe au centre-ville de Moncton

Le nouveau Complexe au centre-ville de Moncton est désormais en opérations. Voici quelques-unes des personnes qui y travaillent.

Nick DeLuco, directeur général de SMG Canada qui est responsable du Complexe au centre-ville de Moncton.

Bonnie Porter, directrice du marketing de SMG Canada pour le Complexe au centre-ville de Moncton.

Jessica LeBlanc, gestionnaire des événements de SMG Canada pour le Complexe au centre-ville de Moncton.

Isabelle LeBlanc, directrice des communications corporatives de la Ville de Moncton.

PHOTOS: JENNIFER GOUCHIE-TERRIS

OCTOBER
11-13
HALIFAX, NS

Keynote Speaker
SHAUN LONEY
Social entrepreneur

Atlantic School of Theology and
Pine Hill Divinity Hall are pleased to present

SEEKING THE GOOD SOCIETY: AN EXPLORATION OF SOCIAL ENTERPRISE

Social Enterprise brings new hope to communities and individuals, as businesses and non-profits invest in people first, solving social problems while providing meaningful employment. Local churches and parishes, too, are discovering the missional power of Social Enterprise. Join us on campus to connect with and learn from leading social entrepreneurs for inspirational conversation and learning.

For more details visit:
www.astheology.ns.ca/con-ed/fall-2018/social-enterprise.html

ATLANTIC SCHOOL of THEOLOGY

'He would be thrilled with the finished product'

» MONCTON EVENTS CENTRE WAS A PROJECT CLOSE TO ARCHITECT RAVEN SPANIER'S HEART

BY JENNIFER GOUCHIE-TERRIS

Raven Spanier will always be remembered for his contributions to Moncton's architectural scene but the city's newly-opened events centre will forever be considered his greatest legacy.

The award-winning architect, who passed away in July 2017 from the effects of ALS at age 57, was involved with a number of well-known local projects over the years. They include Moncton City Hall, Resurgo Place, the Codiac Transit building and the University of Moncton stadium.

The Moncton Events Centre was very special to Spanier, who was initially the lead architect on the project before becoming ill. Even as his disease progressed, and he was no longer able to work and communicate, he continued to be involved with the project by participating in design review calls and viewing videos to follow its progress.

Although Spanier died before the centre was finished, longtime friend and fellow architect Ian MacLaughlan is certain he would have been pleased with how things turned out.

"He would be thrilled with the finished product."

Spanier and MacLaughlan were business partners at Architecture 2000 Inc. in Moncton for a number of years prior to the business being acquired by Stantec and becoming Stantec Architecture Ltd. It was following that acquisition that the duo teamed up with SMG Canada and the City of Moncton in the bid to design the long-awaited downtown centre.

They were eventually awarded the project and while plans changed slightly as it evolved, MacLaughlan said the basic premise and initial vision remained the same.

"Our vision, as a team, was for the centre to drive the community and act as a catalyst to help the downtown grow. The city was banking on it."

One of the things Spanier pushed for in the design of the centre was an exterior skating rink which MacLaughlan said catapulted the team into the main component that ultimately won them the job.

Whether it was a residential build or a large commercial construction project, Spanier took equal and great pride in his work. He was very passionate and enthusiastic about all of his projects and exhibited great flair in everything he did.

"He listened to what his clients had to say and made sure their experience was always a positive one," said MacLaughlan of his friend.

Born and raised in Montreal, Spanier studied engineering at Concordia University before coming to the Maritimes to complete a master's degree in architecture at what was then the Technical University of Nova Scotia in Halifax.

He moved to Moncton in 1995 with his wife, Delores, and son, Brendan during a period of revitalization in Greater Moncton which opened the door for his many talents.

"There was no one direction for architecture at the time and he felt he could have a major influence on how Moncton was designed. He often referred to the city as Monctonia," said MacLaughlan.

Raven Spanier, right, discussing the design for the new Moncton Events Centre. PHOTO: CONTRIBUTED / *L'architecte Raven Spanier faisait partie de l'équipe de Stantec Architecture Ltd. qui voyait le Complexe au centre-ville de Moncton comme le catalyseur de la croissance du centre-ville.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

After moving here, Spanier fulfilled his dream of designing his own ultra-modern home in the west end of the city for which he was awarded the Lieutenant Governor's Award of Excellence in Architecture in 2008.

He was also the recipient of the Order of Moncton in 2015 and the inaugural Jon Oliver Community Leadership Award in 2016.

"Moncton quickly evolved to be his home and he was very involved with the community," said MacLaughlan.

« Il serait ravi du produit fini »

» LE COMPLEXE AU CENTRE-VILLE DE MONCTON ÉTAIT UN PROJET CHER AU CŒUR DE L'ARCHITECTE RAVEN SPANIER

PAR JENNIFER GOUCHIE-TERRIS

On se souviendra toujours de Raven Spanier pour sa contribution au paysage architectural de Moncton, mais le nouveau Complexe au centre-ville sera toujours considéré comme son plus grand legs.

L'architecte primé, décédé en juillet 2017 des suites de la SLA à l'âge de 57 ans, a participé à un certain nombre de projets locaux au fil des ans. Il a ainsi laissé sa marque sur l'Hôtel de Ville de Moncton, la Place Resurgo, l'édifice de Codiac Transit et le stade de l'Université de Moncton.

Le Complexe au centre-ville de Moncton était très spécial pour M. Spanier, qui a d'abord été l'architecte principal du projet avant de tomber malade. Même lorsque sa maladie a progressé et qu'il n'était plus capable de travailler ni de communiquer, il a continué à participer au projet en participant à des appels d'examen de la conception et en visionnant des vidéos pour suivre l'évolution du projet.

Bien que Raven Spanier soit mort avant que le centre ne soit terminé, son ami de longue date et collègue architecte, Ian MacLaughlan, est certain qu'il aurait été satisfait de la tournure des événements.

« Il serait ravi du produit fini. »

MM. Spanier et MacLaughlan ont été partenaires chez Architecture 2000 Inc. à Moncton pendant un certain nombre d'années avant que l'entreprise soit acquise par Stantec et devienne Stantec Architecture Ltd. C'est à la suite de cette acquisition que le duo s'est associé à SMG Canada et à la Ville de Moncton pour concevoir le Complexe au centre-ville tant attendu.

Ils ont finalement décroché le contrat et, bien que les plans aient légèrement changé avec l'évolution du projet, M. MacLaughlan fait remarquer que la prémisse de base et la vision initiale sont demeurées les mêmes.

« Notre vision, en tant qu'équipe, était que le Complexe agisse comme un moteur et un catalyseur pour dynamiser le centre-ville et l'aider à prendre de l'expansion. La Ville comptait énormément là-dessus. »

L'une des choses pour lesquelles Raven Spanier a milité dans la conception du Complexe était la patinoire extérieure, ce qui, selon Ian MacLaughlan, leur a ultimement permis de décrocher le contrat.

Qu'il s'agisse d'une construction résidentielle ou d'un grand projet de construction commerciale, Raven Spanier était toujours aussi fier de son travail. Il était passionné et très enthousiaste à l'égard de tous ses projets et faisait preuve d'un grand flair dans tout ce qu'il entreprenait.

« Il savait écouter ses clients et il s'assurait ainsi que leur expérience soit toujours positive », dit M. MacLaughlan au sujet de son ami.

Né et élevé à Montréal, Raven Spanier a étudié l'ingénierie à l'Université Concordia avant de venir dans les Maritimes pour compléter une maîtrise en architecture à ce qui était alors l'Université technique de la Nouvelle-Écosse à Halifax.

En 1995, à une période de revitalisation dans le Grand Moncton qui a fourni une voie à ses nombreux talents, Raven Spanier a déménagé à Moncton avec son épouse Delora et leur fils, Brendan.

« Il n'y avait alors pas ici de direction unique pour l'architecture et il estimait qu'il pouvait avoir une influence majeure sur l'architecture de Moncton. Il faisait d'ailleurs souvent référence à la ville en l'appelant Monctonia », se souvient Ian MacLaughlan.

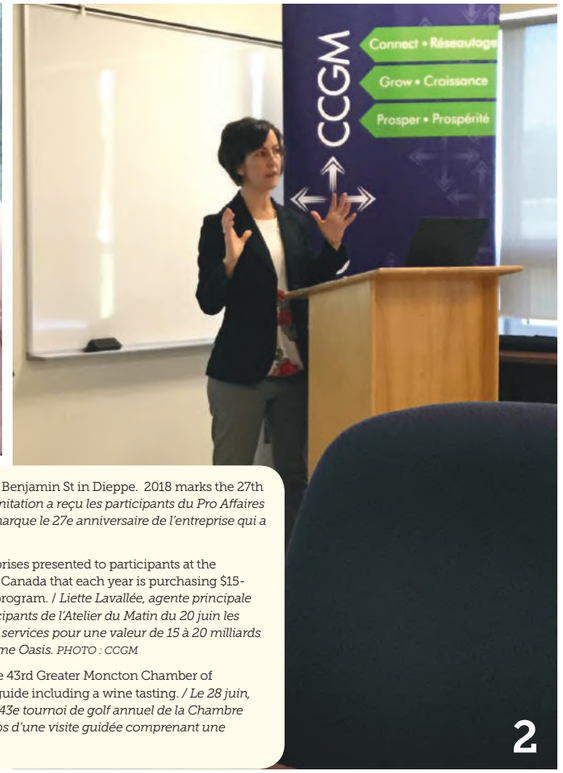
Après s'être installé ici, Raven Spanier a réalisé son rêve de concevoir sa propre maison ultra-moderne dans l'Ouest de la ville, ce qui lui a valu le Prix d'excellence en architecture du lieutenant-gouverneur en 2008.

Il a également reçu l'Ordre de Moncton en 2015 et il a été le premier récipiendaire du prix de leadership communautaire Jon-Oliver en 2016.

« Moncton a rapidement évolué pour devenir son chez-soi et il était très actif dans la communauté », a indiqué M. MacLaughlan.

Architect Raven Spanier was part of the team from Stantec Architecture Ltd. that saw the Moncton Events Centre as being a catalyst for downtown growth. PHOTO: CONTRIBUTED / *Raven Spanier, à droite, discute du design du nouveau Complexe au centre-ville de Moncton.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

Chamber happenings



1- MCS Sanitation hosted the Business After Hours on June 14th at their new location at 60 Benjamin St in Dieppe. 2018 marks the 27th anniversary for the business that was created in a basement in Rogersville in 1991./ *MCS Sanitation a reçu les participants du Pro Affaires le 14 juin dernier dans leur nouvel emplacement situé au 60 rue Benjamin, à Dieppe. 2018 marque le 27e anniversaire de l'entreprise qui a été créée dans le sous-sol d'une maison de Rogersville en 1991.* PHOTO : CCGM

2- Liette Lavallée, Senior Outreach Officer (NB) with the Office of Small and Medium Enterprises presented to participants at the Breakfast & Learn of June 20th all the occasions of doing business with the Government of Canada that each year is purchasing $15-$20 billion of goods and services. The event was offered by NBCC Moncton and the Oasis program. / *Liette Lavallée, agente principale de rayonnement (N.-B.) au Bureau des petites et moyennes entreprises a présenté aux participants de l'Atelier du Matin du 20 juin les opportunités pour faire affaire avec le gouvernement du Canada qui achète des biens et des services pour une valeur de 15 à 20 milliards de dollars chaque année. L'activité était une presentation de NBCC Moncton et du programme Oasis.* PHOTO : CCGM

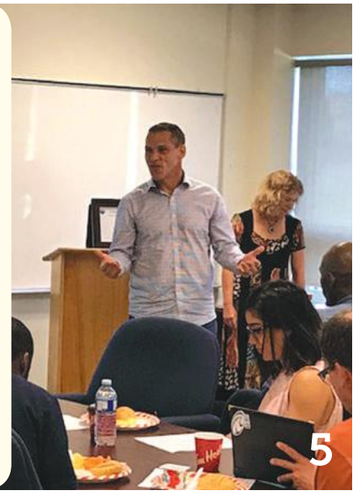
3- On June 28th, for a third year in a row, a Bike tour was presented in conjunction with the 43rd Greater Moncton Chamber of Commerce Annual Golf Tournament. Participants visited the Magnetic Hill Winery with a guide including a wine tasting. / *Le 28 juin, pour une troisième année d'affilée, une randonnée à vélo s'est tenue conjointement avec le 43e tournoi de golf annuel de la Chambre de commerce du Grand Moncton. Les participants ont visité la Magnetic Hill Winery le temps d'une visite guidée comprenant une dégustation de vin.* PHOTO : CCGM

4- The 43rd Annual GMCC Golf Tournament took place at Royal Oaks in Moncton. 91.9 The Bend was the Media sponsor of this event and their team was formed by Theresa Barber, Troy Wallace, Dave Boone, and Steve Roundell. / *Le 43e Tournoi de golf annuel de la CCGM s'est tenu cette année à Royal Oaks à Moncton. La radio 91.9 The Bend était le partenaire media de cet événement et leur équipe était formée de Theresa Barber, Troy Wallace, Dave Boone et Steve Roundell.* PHOTO : CCGM

5- Darren Duguay, Emotional Fitness Coach Intructor with Alternative Options Coaching, discussed with participants of the role of leaders in building a co-operative work culture at the Breakfast & Learn of July 5th, presented by NBCC Moncton and the Oasis program. / *Darren Duguay, Formateur/accompagnateur en bien-être émotionnel avec Alternative Options Coaching discute avec les participants du rôle des dirigeants dans le développement d'une culture du travail fondée sur la cooperation lors de l'Atelier du matin du 5 juillet présenté par NBCC Moncton et le programme Oasis.* PHOTO : CCGM

6- Larry Rogers, Vice President of International Business Development with Organigram Inc. talked to the participants of the Business After Hours on July 18th of the importance of building a Healthy Workplace. The Chamber of Commerce for Greater Moncton unveiled the award for Healthy Workplace that will be sponsored by Organigram Inc. and presented for the first time at the 2018 Greater Moncton Chamber of commerce Business Excellence Awards on October 24th at Casino NB. / *Larry Rogers, vice-président du développement des affaires internationales avec Organigram Inc. a parlé des bienfaits pour une entreprise de mettre en place un milieu de travail sain lors du Pro Affaires du 18 juillet. La Chambre de commerce pour le Grand Moncton a dévoilé le nouveau prix pour le Milieu de travail sain qui sera commandité par Organigram Inc. et qui sera présenté pour une première fois lors de la remise des Prix de l'excellence en affaires de la Chambre de commerce du Grand Moncton 2018 le 24 octobre à Casino NB.* PHOTO : CCGM

7- The Business After Hours of July 18th was presented at Casino NB, and Kate MacDonald, General Manager at Casino NB welcomed all participants to the event. She also invited the business community of Greater Moncton to come celebrate excellence at the 2018 Chamber of Commerce Business Excellence Awards on October 24th that will be presented at Casino NB. / *Le Pro Affaires du 18 juillet était présenté à Casino Nb et la diretrice générale de Casino NB a souhaité la bienvenue à tous les participants. Elle a aussi invite la communauté d'affaires du Grand Moncton de venir célébrer l'excellence à la soirée de Prix de l'excellence en affaires de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton 2018 qui sera présentée le 24 octobre à Casino NB.* PHOTO : CCGM



Événements de la Chambre

INSIDE
Scoop

Mutual support

» EXCELLENCE NB NOW FOCUSING ON ASKING BUSINESSES TO SUPPORT FELLOW BUSINESSES

BY JACK MCDOUGALL

Co-operation and mindful spending among individuals and businesses could play a major role in re-energizing New Brunswick's economy amid growing demographic and competitive threats, says Moncton-based non-profit Excellence NB.

The organization, launched in February as a pilot program with backing from local business leaders Jon and Leslie Manship, has rolled out an educational campaign. Entitled For the Love of New Brunswick, it's aimed at encouraging N.B. consumers and companies to spend more in-province.

Phase two of the campaign, now underway, is focused on business to business, or B2B - getting New Brunswick businesses to support each other.

The group says buying local – whether it's individual consumers choosing locally-grown produce or businesses ordering supplies from N.B.-based companies - is a powerful economic tool with a wide range of potential benefits for the provincial economy.

"We want people to consider New Brunswick products, and show people and businesses how they can make an impact," said Carol Holmes, executive director of Excellence NB.

The campaign is encouraging businesses to use signs indicating which products are N.B.-made to inform consumers' purchasing decisions – a step Excellence NB founding member NB Liquor has already taken.

The group also launched a point-of-purchase guide with ideas businesses can use to better identify themselves as local.

In addition, Excellence NB is also aiming to encourage local purchasing in business-to-business (B2B) transactions.

"We're asking that businesses, when buying supplies, look locally first. We'd like them to consider the value of buying from N.B. businesses in the context of returns achieved," Holmes said.

Holmes herself is a native New Brunswicker, a veteran executive with experience in the technology and real estate development sectors. She said even a relatively small shift in spending habits could yield significant benefits for the provincial economy.

Research the Manships commissioned from Université de Moncton economist Pierre-Marcel Desjardins showed a five per cent increase in spending on N.B. products would bring in around $2 billion in additional sales and maintain 9,227.3 full-time jobs. The increase would also create nearly $115 million in revenue for the provincial government.

In addition, polling conducted by Excellence NB founding member Corporate Research Associates found N.B. residents and companies are proud of N.B. products and acknowledge the benefits of buying locally. However, survey results found only moderate awareness of N.B. businesses, products and services. Furthermore, location was not shown to be a critical factor for either individuals or companies.

Holmes said follow-up research shows the group's efforts are already having an effect, with 30 per cent province-wide recognition of the campaign.

This is in addition to a dramatic surge in commitment to buying local among New Brunswickers - from 0/10 residents in prior polling to 7/10 in the most recent research.

While entirely funded through the private sector, Excellence NB is working with a wide range of partners to achieve its goals. These include Chambers of Commerce throughout the province, business groups, government groups and startup accelerators. Holmes said collaboration with these organizations is vital.

"Collaboration is key. It makes everyone achieve their goals sooner," she concluded.

NOUVELLES
Exclusives

Fresh apples from La Fleur du Pommier, a member of the Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op which represents growers in southeastern New Brunswick. Excellence NB's For The Love of New Brunswick campaign is now focused on encouraging businesses to buy goods and services from other businesses in the province. PHOTO: CONTRIBUTED / *Des pommes fraîches de La Fleur du Pommier, membre de la Récolte de Chez Nous/Really Local Harvest Co-op, qui représente les producteurs du Sud-Est du Nouveau-Brunswick. La campagne d'Excellence NB Pour l'amour du Nouveau-Brunswick vise maintenant à encourager les entreprises à acheter des biens et services d'autres entreprises de la province.* PHOTO : GRACIEUSETÉ

Appui mutuel

» EXCELLENCE NB DEMANDE AUX ENTREPRISES DU NOUVEAU-BRUNSWICK DE S'APPUYER ENTRE ELLES

PAR JACK MCDOUGALL

« Nous incitons les entreprises à chercher d'abord au niveau local, lorsqu'elles achètent des fournitures. Nous aimerions qu'elles tiennent compte de la valeur des achats effectués auprès des entreprises du N.-B. dans le contexte du rendement sur l'investissement.

CAROL HOLMES, EXCELLENCE NB

Selon Excellence NB, un organisme sans but lucratif établi à Moncton, les achats judicieux et la coopération entre les particuliers et les entreprises pourraient jouer un rôle majeur pour redynamiser l'économie du Nouveau-Brunswick dans le contexte actuel des enjeux démographiques et de la concurrence sans cesse croissante.

L'organisme, créé en février dernier comme programme pilote avec l'appui des chefs d'entreprise locaux Jon et Leslie Manship, a lancé une campagne de sensibilisation intitulée Pour l'amour du Nouveau-Brunswick. La campagne vise à encourager les consommateurs et les entreprises du Nouveau-Brunswick à dépenser davantage dans la province.

La deuxième phase de la campagne, maintenant en cours, est axée sur le commerce entre les entreprises ou B2B – et consiste à amener les entreprises du Nouveau-Brunswick à se soutenir mutuellement.

Le groupe affirme que l'achat local - qu'il s'agisse de consommateurs individuels qui choisissent des produits cultivés localement ou d'entreprises qui commandent des fournitures auprès d'entreprises du N.-B. - est un prodigieux outil économique qui comporte une foule d'avantages potentiels pour l'économie provinciale.

« Nous voulons que les gens considèrent les produits du Nouveau-Brunswick et nous voulons montrer aux gens et aux entreprises comment ils peuvent avoir une incidence sur leur économie », déclare Carol Holmes, directrice générale d'Excellence NB.

La campagne encourage les entreprises à utiliser des affiches indiquant quels produits sont fabriqués au N.-B. pour éclairer les décisions d'achat des consommateurs - une mesure qu'a déjà prise Alcool NB, un des membres fondateurs d'Excellence NB.

Le groupe a également publié un guide destiné aux points de vente contenant des idées dont peuvent s'inspirer les entreprises pour mieux s'identifier comme étant locales.

De plus, Excellence NB vise également à encourager les achats locaux dans les transactions entre les entreprises (B2B).

« Nous incitons les entreprises à chercher d'abord localement lorsqu'elles achètent des fournitures. Nous aimerions qu'elles tiennent compte de la valeur des achats effectués auprès des entreprises du N.-B. dans le contexte du rendement sur l'investissement », ajoute Mme Holmes.

Néo-Brunswickoise d'origine, Mme Holmes est une directrice chevronnée ayant de l'expérience dans les secteurs de la technologie et du développement immobilier. Elle souligne que même un changement relativement petit dans les habitudes d'achat pourrait avoir des retombées importantes pour l'économie provinciale.

La recherche commandée par les Manship à l'économiste Pierre-Marcel Desjardins de l'Université de Moncton a révélé qu'une augmentation de cinq pour cent dans les dépenses sur des produits du N.-B. rapporterait environ 2 milliards de dollars en ventes supplémentaires et permettrait de conserver 9 227,3 emplois à temps plein. L'augmentation entraînerait également des recettes de près de 115 millions de dollars pour le gouvernement provincial.

Un sondage mené par un autre membre fondateur d'Excellence NB, soit Corporate Research Associates, a démontré que les résidants et les entreprises du N.-B. sont fiers des produits du N.-B. et qu'ils reconnaissent les avantages d'acheter localement. Cependant, selon les résultats du sondage, la connaissance des entreprises, des produits et des services du Nouveau-Brunswick est hélas modérée. De plus, il n'a pas été démontré que l'emplacement était un facteur critique, ni pour les particuliers ni pour les entreprises.

Mme Holmes indique que les études de suivi démontrent que les efforts du groupe portent déjà fruits, car on affiche un taux de 30 pour cent de reconnaissance de la campagne à l'échelle de la province.

Cela s'ajoute à l'augmentation spectaculaire de l'engagement à acheter des produits locaux manifesté par les Néo-Brunswickois : on est passé de 0/10 résidants dans les sondages antérieurs à 7/10 résidants dans la recherche la plus récente.

Même s'il est entièrement financé par le secteur privé, Excellence NB travaille avec un large éventail de partenaires pour atteindre ses objectifs. Ce sont notamment des chambres de commerce de toute la province, des groupes d'entreprises, des groupes gouvernementaux et des accélérateurs de démarrage. Mme Holmes estime que la collaboration avec ces partenaires est vitale.

« La collaboration, c'est la clé. Cela permet à chacun d'atteindre ses objectifs plus rapidement », conclut-elle.

THE CHAMBER OF COMMERCE for Greater Moncton | LA CHAMBRE DE COMMERCE pour le Grand Moncton

The new official logo for the Chamber of Commerce for Greater Moncton, part of an extensive rebranding project for the business advocacy group. PHOTO: CONTRIBUTED
Voici le nouveau logo officiel de la Chambre de commerce pour le Grand Moncton. Il est l'image du regroupement qui défend les intérêts des entreprises. PHOTO : GRACIEUSETÉ

Setting a new tone

» GREATER MONCTON'S CHAMBER REBRANDING WITH NAME CHANGE AND NEW LOGO

BY DAVID MACDONALD

Since 1891, Greater Moncton's Chamber of Commerce has been a proud advocate for businesses large and small, new and established.

The organization has remained relevant by being progressive, and that's especially true in the here and now.

The Chamber is unveiling an extensive rebranding project, which will see everything from a new name, logo and slogan, to a more user-friendly website, to a social media campaign reinforcing what the Chamber can do for business owners in the tri-community area of Dieppe, Moncton and Riverview.

"We wanted to freshen up our look and set a new tone," said John Wishart, chief executive officer of the organization, to now be officially known as The Chamber of Commerce for Greater Moncton.

The name tweak, from the Greater Moncton Chamber of Commerce, is small but significant. Wishart said the Chamber wanted to emphasize the word "for" – as in, who and what is the chamber for, and what it can offer its 740 members.

"This whole rebranding, we attempted to do two things," he said. "One, to reflect the growing diversity of the business community, and, two, to try to reach a younger demographic. We didn't want to be known as the same old Chamber; we wanted to be seen as new and current."

Wishart said the image overhaul began in April, following a request for proposals. The candidates were soon narrowed down to one, the Moncton firm of Brainworks Razor, which went straight to work in revamping the Chamber's image.

In addition to the new name, the first thing you will likely notice is the Chamber's new and improved logo. Wishart pointed out that the recently-retired logo has been in place since 1984 and has served its purpose.

In describing the new logo, he compared the image to that of a rocket taking off, with the three points representing the City of Moncton, the City of Dieppe and the Town of Riverview.

As well, the previous slogan, "Connect. Grow. Prosper," has been replaced with "Inspiring Growth." As Wishart explained, the Chamber is very much all about growth, for the business community and the Greater Moncton area.

"The Greater Moncton economy is vibrant, with lots of new businesses setting up, and we want to make sure they're part of our fold."

> *"This whole rebranding, we attempted to do two things. One, to reflect the growing diversity of the business community, and, two, to try to reach a younger demographic.*
>
> JOHN WISHART, CEO
> THE CHAMBER OF COMMERCE FOR GREATER MONCTON

One part of the rebranding that's already been rolled out is a series of videos about the Chamber and its members. The first debuted in July and showcases six Chamber members, who talk about why they joined the organization and what it means to them.

As Brad LeBlanc, president of Brainworks Razor, puts it, "Instead of the Chamber talking about the Chamber, it's 100 per cent about their members, large or small."

LeBlanc credits the success of the rebranding project to the many Chamber members who provided input on the organization's new direction.

He said part of that new direction is to "let members be ambassadors" for the business community. He also credits the Chamber board of directors for showing courage in approving such major changes, something not all organizations would do.

LeBlanc said he's already seen the positive effects of the revamp among Chamber staff.

"From the outside looking in, it's giving them even more energy to do the work they do," he said. "I've been a member for more than a decade, so I've seen the organization grow."

Concluded LeBlanc: "I'm as excited about what the Chamber is doing as I've ever been."

Changer le ton

» LA CHAMBRE DE COMMERCE POUR LE GRAND MONCTON REFAIT SON IMAGE AVEC UN NOUVEAU NOM ET UN NOUVEAU LOGO

PAR DAVID MACDONALD

Depuis 1891, la Chambre de commerce pour le Grand Moncton est fière de défendre les intérêts des petites et grandes entreprises, en démarrage ou établies.

C'est en étant progressive que l'association est restée pertinente. Et, c'est surtout vrai aujourd'hui.

La Chambre dévoile une vaste stratégie de repositionnement qui touche à tout. Elle change son nom, son logo et son slogan. Elle crée un nouveau site Web, plus convivial. Elle mène aussi une campagne dans les médias sociaux. Elle veut souligner ce qu'elle peut faire pour les entrepreneurs dans les municipalités de Dieppe, de Moncton et de Riverview.

« Nous avons voulu rafraichir l'image de l'association et en changer le ton », déclare le directeur général John Wishart. Son nom officiel sera désormais la Chambre de commerce pour le Grand Moncton.

On n'a apporté qu'une légère modification à l'appellation. Mais, cette modification est importante. Autrefois, on disait la Chambre de commerce du Grand Moncton. M. Wishart dit qu'on veut mettre l'accent sur le mot « pour » afin de préciser pour qui et pourquoi l'association existe et ce qu'elle peut offrir à ses 740 membres.

« Le repositionnement vise deux objectifs précis, a-t-il dit. D'abord, refléter la diversité des gens d'affaires. Une diversité qui ne cesse de croître. Puis, essayer d'attirer des membres plus jeunes. Nous ne voulons pas que la Chambre ait la même identité que par le passé. Nous voulons qu'elle soit considérée comme une association renouvelée et moderne. »

Le directeur général explique que le projet a été lancé en avril par un appel d'offres. On a vite retenu le cabinet Brainworks Razor. Et, ce dernier s'est mis à l'œuvre pour refaire l'image de la Chambre.

Avec son nouveau nom, ce que vous remarquerez d'abord c'est sans doute son nouveau logo. Il s'agit d'une version améliorée de l'ancien. M. Wishart souligne que celui-ci datait de 1984 et qu'il a bien rempli ses objectifs.

Par ailleurs, il compare le nouveau logo à une fusée en décollage. Et, il a expliqué que les trois points représentent les villes de Moncton, de Dieppe et de Riverview.

> *« Le repositionnement vise deux objectifs précis. D'abord, refléter la diversité des gens d'affaires. Une diversité qui ne cesse de croître. Puis, essayer d'attirer des membres plus jeunes.*
>
> JOHN WISHART, LE DIRECTEUR GÉNÉRAL
> LA CHAMBRE DE COMMERCE POUR LE GRAND MONCTON

L'ancien slogan, Réseautage. Croissance. Prospérité., fait place à Inspirer la croissance. M. Wishart explique que c'est surtout la croissance qui importe pour la Chambre. La croissance du milieu des affaires et de la région du Grand Moncton.

« L'économie du Grand Moncton est dynamique. Il y a beaucoup de nouvelles entreprises qui s'établissent dans les trois municipalités. Et, nous voulons nous assurer que ces gens d'affaires intègrent notre organisation. »

Une partie de la nouvelle stratégie a déjà été déployée. Il s'agit d'une série de vidéos sur la Chambre et ses membres. Le premier vidéo a été lancé en juillet. Il met en vedette six membres. Ils expliquent pourquoi ils ont adhéré à l'association et ce que l'adhésion signifie pour eux.

Brad LeBlanc est le président de Brainworks Razor. Voici ce qu'il dit de la vidéo : « Au lieu de mettre la Chambre en vedette, on met tout l'accent sur les petites et grandes entreprises qui en font partie.»

Il félicite les nombreux membres qui ont aidé à établir la nouvelle direction de l'association. Ils ont contribué au succès de l'exercice.

Il souligne qu'un élément de la nouvelle direction consiste à « permettre aux membres de devenir des ambassadeurs » pour le milieu des affaires. Il reconnait que le conseil d'administration a fait preuve de courage en autorisant ces importants changements. Il est d'avis que ce ne sont pas tous les organismes qui en auraient fait autant.

M. LeBlanc dit avoir déjà constaté certains résultats positifs du repositionnement pour le personnel.

« De l'extérieur, on peut voir que les employés sont plus dynamiques, affirme-t-il. Je suis un membre depuis plus d'une décennie. J'ai donc vu l'organisation grandir. »

« Je suis plus enthousiaste que jamais à l'égard des activités de la Chambre », d'ajouter M. LeBlanc.

Sauvez la date | Save the date
1er novembre 2018 | November 1, 2018
Innovatium 2018
Hôtel Wingate Dieppe
Restez à l'affut !
Stay tuned!
EXPANSION DIEPPE

YOUR **Financial Corner**

Demystifying the Blockchain technology

BY MATHIEU LEBLANC CPA, CA, CIM

We've come a long way from trading sea shells. Currencies have existed since civilization itself with new methods of payment regularly replacing the old. Today we're experiencing the rise of digital currencies, and the question is: Is virtual money for real? And what do mysterious terms like "blockchain" and "bitcoin" mean, anyway?

BUILDING BLOCKS

With traditional methods of payment, transactions and account balances are verified, processed and recorded by a central authority, like a bank – the ledger is centralized. Whereas, cryptocurrencies, such as Bitcoin, are based on blockchain technology, which is a decentralized, distributed ledger that keeps track of transactions but is not a currency itself. Blockchain is maintained by a community who deal directly with one another when making transactions, versus a centralized ledger, such as a traditional bank.

Say Andrew wants to pay this month's rent to Kate electronically. The transaction, also known as a "block," is announced to the community, who each allocate portions of their computers to hold and maintain a complete copy of the ledger containing all past transactions. Each computer consults the ledger to verify that Andrew has the money and hasn't already spent it elsewhere. Once the community network has verified the transaction, a new block (essentially, a timestamped ledger entry) is added to the existing "chain" of blocks. There is now a permanent and transparent record of the transaction. Kate receives the payment from Andrew.

A history of all past transactions is accessible to the entire community in real time, which helps keep the ledger accurate. Further, transactions between members and their account balances are encrypted for personal privacy. Each member has a public key, allowing them to transact on the blockchain, and a private key, which gives them access to their individual account and allows them to make complete transactions.

Once encrypted transactions – blocks – have been added to the chain, they are theoretically secure and can never be altered. As a result, blockchain technology has potential uses in other situations that require accuracy and prevention of double entries, such as election vote counts, health-care records, and supply chain management. It isn't limited to transferring funds using digital currency.

PUTTING THE "CRYPTO" INTO "CURRENCY"

If blockchain is synonymous with a bank's ledger, cryptocurrency is money and Bitcoin is a dollar. Many confuse blockchain with cryptocurrency, but blockchain is the technology, while cryptocurrency is one way the technology can be used. Like regular currencies, cryptocurrencies are units of exchange. The "crypto" in cryptocurrency stems from the use of cryptography to encode and secure transactions. There are thousands of cryptocurrencies, the most popular being Bitcoin. While regular currencies are issued by governments and administered by central authorities, cryptocurrencies are issued by the rules of the community and collectively administered using blockchain technology. Unlike currencies, cryptocurrencies do not have legal tender status, meaning that they are not required to be accepted as a form of payment.

APPROACHING WITH CAUTION

As useful as cryptocurrencies appear, they are currently less an accepted method of payment than a speculative investment, as you can see by the intense volatility in cryptocurrency exchange values such as Bitcoin. While blockchain technology appears to have a bright future, cryptocurrencies remain in question and are still considered extremely speculative investments. As such, we would not recommend cryptocurrencies as part of a sound investment strategy at this stage of the game.

VOTRE **Coin Financier**

Démystifier la technologie Blockchain

PAR MATHIEU LEBLANC CPA, CA, CIM

Beaucoup d'eau a coulé sous les ponts depuis l'époque où on faisait le commerce des coquillages. Les monnaies existent depuis la civilisation elle-même, et de nouvelles méthodes de paiement remplacent régulièrement les anciennes. Aujourd'hui, nous assistons à la montée des monnaies numériques, et la question qu'on se pose, c'est : l'argent virtuel est-il réel? Et que signifient des termes mystérieux comme «blockchain» et «bitcoin»?

BLOCS DE CONSTRUCTION

Avec les méthodes traditionnelles de paiement, les transactions et les soldes des comptes sont vérifiés, traités et enregistrés par une autorité centrale, comme une banque – le grand livre est centralisé. Les cryptomonnaies, comme le Bitcoin, reposent pour leur part sur la technologie Blockchain (chaîne de blocs) qui est un grand livre décentralisé et distribué qui garde la trace des transactions mais les cryptomonnaies ne constituent pas en soi une devise. La technologie Blockchain est gérée par une communauté dont les membres traitent directement les uns avec les autres lorsqu'ils effectuent des transactions, par opposition à un grand livre centralisé, comme une banque traditionnelle.

Admettons qu'André veut payer le loyer de ce mois à Catherine par voie électronique. La transaction, également connue sous le nom de «bloc», est annoncée à la communauté, où chacun affecte une partie de son ordinateur pour conserver et maintenir une copie complète du grand livre contenant toutes les transactions passées. Chaque ordinateur consulte le grand livre pour vérifier qu'André a l'argent et ne l'a pas déjà dépensé ailleurs. Une fois que le réseau communautaire a vérifié la transaction, un nouveau bloc (essentiellement, une inscription de registre horodatée) est ajouté à la «chaîne» existante de blocs. Il existe maintenant une trace permanente et transparente de la transaction. Catherine reçoit le paiement d'André.

Un historique de toutes les transactions antérieures est accessible à l'ensemble de la communauté en temps réel, ce qui permet de conserver l'intégrité du registre. De plus, les transactions entre les membres et les soldes de leurs comptes sont chiffrées pour la protection de la vie privée. Chaque membre dispose d'une clé publique, qui lui permet d'effectuer des transactions sur la chaîne de blocs, et d'une clé privée, qui lui donne accès à son compte individuel et lui permet d'effectuer des transactions complètes.

Une fois que des transactions cryptées - des blocs - ont été ajoutées à la chaîne, en théorie, elles sont sécurisées et ne peuvent jamais être modifiées. Par conséquent, la technologie de la chaîne de blocs peut être utilisée dans d'autres situations qui exigent de l'exactitude et elle empêche qu'il y ait des inscriptions en double, comme le dépouillement des votes, les dossiers de soins de santé et la gestion de la chaîne d'approvisionnement. La technologie blockchain ne se limite pas au transfert de fonds en utilisant la monnaie numérique.

LE «CRYPTO» DANS LA «MONNAIE»

Si la technologie blockchain s'apparente au grand livre d'une banque, la cryptomonnaie est de l'argent, et le Bitcoin est l'équivalent d'un dollar. Beaucoup confondent la technologie blockchain avec la cryptomonnaie, mais la technologie blockchain est justement une technologie, tandis que la cryptomonnaie est une façon d'utiliser la technologie. Comme les monnaies ordinaires, les cryptomonnaies sont des unités d'échange. L'élément «crypto» de cryptomonnaies provient de l'utilisation de la cryptographie pour encoder et sécuriser les transactions. Il existe des milliers de cryptomonnaies, la plus populaire étant le Bitcoin. Alors que les monnaies ordinaires sont émises par les gouvernements et administrées par les autorités centrales, les cryptomonnaies sont émises selon les règles de la communauté et administrées collectivement à l'aide de la technologie de la chaîne de blocs. Contrairement aux devises, les cryptomonnaies n'ont pas cours légal, ce qui signifie qu'il n'est pas obligatoire qu'elles soient acceptées comme forme de paiement.

LA PRUDENCE EST DE RIGUEUR

Même si les cryptomonnaies peuvent nous sembler utiles, à l'heure actuelle, elles sont moins un mode de paiement accepté qu'un investissement spéculatif, comme on peut le constater par l'intense volatilité des valeurs d'échange de cryptomonnaies comme le Bitcoin. Si la technologie de la chaîne de blocs semble avoir un avenir prometteur, le sort des cryptomonnaies demeure en suspens et celles-ci sont toujours considérées comme des investissements extrêmement spéculatifs. C'est pourquoi, dans la conjoncture actuelle, nous ne recommanderions pas les cryptomonnaies dans le cadre d'une bonne stratégie d'investissement.

'I never expected to be living in another country'

» DAVID SHIN LEFT A MARKETING CAREER IN SEOUL TO BECOME PROPRIETOR OF MONCTON'S CAFÉ-BISTRO C'EST LA VIE

BY MARGARET PATRICIA EATON

It's with a grin and a shrug that entrepreneur David Shin makes light of some of the challenges he's faced since arriving in Moncton in December, 2010.

"When I woke up in the morning, I was in Moncton and c'est la vie," says the owner/operator of Café-Bistro C'Est la Vie, with a charming grin. "That's what I tell people when they ask me why did I move from Korea. They laugh and laugh."

Those challenges include obvious ones like adapting to a different culture and language, but also some unexpected ones, such as having to relocate two months after he'd purchased Café-Bistro C'est la Vie, then operating in the former Highfield Square mall which was closing.

There were also unfamiliar building code requirements to deal with when he moved to the present address at 785 Main St., and a major basement flood to contend with.

Through it all, Shin's maintained his positive attitude, which played a big part in how he came to emigrate from Seoul, South Korea with his wife, Ellen, and teenage son Hojin in the first place.

"I never expected I'd be living in another country, never thought about it, until I was 45," he said.

Shin had already earned three university degrees, was studying toward a PhD and in the thick of a demanding 22-year career in advertising and marketing as managerial director/campaign director at Korad of Seoul.

And as if that wasn't enough, he was teaching sales promotion theory and practice at Nam-Seoul University.

But careers in the competitive marketing and communications field in Korea are extremely high pressure and many people are finished at age 45, said Shin, who had come to a crossroads.

"I had to decide whether to start my own company or keep working where I was."

Then there were concerns about his son's education as the school system in Korea is also highly demanding and stressful.

"So, I attended an immigration exposition and I got information about New Brunswick and the Provincial Nominee Program and I came and visited for seven days and in only seven days I made my business plan which had to be approved," Shin recalled. "And all the time I was wondering if I was right to go outside the country , because I didn't have good enough English skills and my wife and son didn't have any."

He settled on the idea of operating a coffee shop as a means of earning a living, because he "thought a coffee shop would be a very easy business. But I had to realize I was totally wrong!" Shin laughed.

He laughs a lot and that sense of humour got him through some rough times at the beginning.

"I was very brave then!"

David Shin of Café-Bistro C'Est la Vie at the espresso machine in his establishment. PHOTO: MARGARET PATRICIA EATON / *David Shin du Café-Bistro C'est la Vie, près de la machine à expressos de son établissement. PHOTO : MARGARET PATRICIA EATON*

Shin improved his English through classes offered through the Multicultural Association of the Greater Moncton Area and took the Business Immigration Mentorship Program offered by 3+ Corporation. The latter gave him an opportunity to meet John Thompson, John Grantham, Anne Basque, Kevin Silliker and Ben Champoux who were all very helpful.

"When I have questions and need to reach out for advice, it is nice," he said.

Today Café-Bistro C'est la Vie is recognized for serving a variety of fine coffees and teas and Korean food, as well as being a multicultural gathering place where Shin has created a space for artists to exhibit and writers to give readings.

"I think it's important to support local artists, because I have worked in advertising and I know how important creativity is," he said.

" I've decided to live in this community; I don't want to be an outsider and that is why I want to be involved."

And involved he is. He joined The Chamber of Commerce for Greater Moncton, and became a director; he's a member of the Moncton West & Riverview Rotary Club and volunteers with the Greater Moncton Music Festival and the Leadership Immigration Program managed by the City of Moncton.

"I was feeling that I had skills in marketing that I'd put aside, and I wanted to use them to contribute to this community because I know how difficult it is to do business in another country. I have seen people fail and go bankrupt and so I really try to help," he concluded.

« Jamais, je n'aurais pensé vivre dans un autre pays! »

» DAVID SHIN A QUITTÉ UNE CARRIÈRE EN MARKETING À SÉOUL POUR DEVENIR LE PROPRIÉTAIRE DU CAFÉ-BISTRO C'EST LA VIE DE MONCTON

PAR MARGARET PATRICIA EATON

C'est avec un sourire et un haussement d'épaules que l'entrepreneur David Shin relate certains des défis auxquels il a dû faire face depuis son arrivée à Moncton en décembre 2010.

« Quand je me suis réveillé le matin, j'étais à Moncton et ainsi va la vie », dit le propriétaire/exploitant du Café-Bistro C'est la Vie, avec un sourire charmant. « Voilà ce que je dis aux gens quand ils me demandent pourquoi j'ai quitté la Corée. Ils ne peuvent s'empêcher de rire. »

Au nombre des défis qu'il a dû affronter, notons évidemment l'adaptation à une culture et à une langue différentes, mais aussi des défis inattendus, comme d'avoir à déménager deux mois après l'achat du Café-Bistro C'est la Vie. Le café était alors exploité dans l'ancien centre commercial Highfield Square qui fermait ses portes.

Il a également dû se conformer aux exigences - inconnues pour lui - du code du bâtiment lorsqu'il a déménagé à l'adresse actuelle, au 785, rue Main. Tout de suite après son déménagement, il a aussi dû composer avec une importante inondation du sous-sol.

Malgré tout, David Shin a conservé son attitude positive, qui l'avait bien servi lorsqu'il avait d'abord émigré de Séoul, en Corée du Sud, avec sa femme, Ellen, et son fils adolescent, Hojin.

« Jamais je n'aurais imaginé vivre dans un autre pays, je n'y avais même jamais pensé avant l'âge de 45 ans », dit-il.

David Shin avait déjà à son actif trois diplômes universitaires, il étudiait en vue d'un doctorat et il était en plein dans une carrière exigeante – qu'il poursuivait depuis 22 ans – en publicité et en marketing à titre de directeur de campagne chez Korad de Séoul.

Et comme si cela ne suffisait pas, il enseignait la théorie et la pratique de la promotion des ventes à l'Université Nam de Séoul.

En Corée, les carrières dans le domaine du marketing compétitif et des communications sont soumises à une pression extrêmement forte, et à 45 ans, bien des gens sont au bout de leur rouleau, dit David Shin, qui se trouvait alors à une croisée des chemins.

« Je devais décider si je créais ma propre entreprise ou si je continuais à travailler là où j'étais. »

Puis il y a eu des inquiétudes au sujet de l'éducation de son fils, car le système scolaire coréen est aussi très exigeant et stressant.

« J'ai donc assisté à une exposition sur l'immigration et j'ai obtenu de l'information sur le Nouveau-Brunswick et le Programme des candidats de la province. Je suis venu et j'y suis resté sept jours. En sept jours seulement, j'ai monté mon plan d'affaires qui devait être approuvé », se rappelle David Shin.

> *« J'ai décidé de vivre dans cette communauté; je ne veux pas être un étranger et c'est pourquoi je veux m'impliquer.*
>
> DAVID SHIN
> CAFÉ-BISTRO C'EST LA VIE

« Et je me demandais tout le temps si je faisais bien de venir à l'étranger étant donné mon anglais insuffisant, sans compter que ma femme et mon fils ne parlaient pas un mot d'anglais. »

Il a opté pour l'idée d'exploiter un café pour gagner sa vie, parce que « je pensais qu'un café serait une entreprise très facile. Mais je me suis vite rendu compte que j'avais tort! », dit David Shin en riant.

Il rit beaucoup, et ce sens de l'humour lui a permis de traverser des moments difficiles au début.

« J'étais très courageux à l'époque! », s'exclame-t-il.

David Shin a amélioré son anglais grâce aux cours offerts par l'Association multiculturelle de la région du Grand Moncton et il a suivi le programme de mentorat en immigration d'affaires offert par la corporation 3+, ce qui lui a donné l'occasion de rencontrer John Thompson, John Grantham, Anne Basque, Kevin Silliker et Ben Champoux qui lui ont tous été d'un grand secours.

« Quand j'ai des questions ou que j'ai besoin de conseils, c'est bien », dit-il.

Aujourd'hui, le Café-Bistro C'est la Vie est reconnu pour servir une variété de cafés et de thés fins et de la nourriture coréenne, en plus d'être un lieu de rassemblement multiculturel. En effet, David Shin y a créé un espace d'exposition pour les artistes et un lieu où les écrivains peuvent lire leurs textes.

« Je pense qu'il est important de soutenir les artistes locaux, parce que j'ai travaillé dans la publicité et je sais à quel point la créativité est importante », poursuit-il.

« J'ai décidé de vivre dans cette communauté; je ne veux pas être un étranger et c'est pourquoi je veux m'impliquer. »

Et impliqué, il l'est! Il s'est joint à la Chambre de commerce pour le Grand Moncton, et est même devenu un membre du Conseil d'administration du Club Rotary de Moncton Ouest et Riverview et fait du bénévolat pour le Festival de musique du Grand Moncton et le Programme de leadership en immigration géré par la Ville de Moncton.

« J'avais l'impression d'avoir des compétences en marketing que j'avais mises de côté, et je voulais les utiliser pour contribuer à cette communauté. Je sais combien il est difficile de faire des affaires dans un autre pays. J'ai vu des gens échouer et faire faillite et j'essaie vraiment d'aider », conclut-il.

Events
Événements

Additional events will be added to the GMCC calendar throughout the year
D'autres activités s'ajouteront au calendrier de la CCGM tout au long de l'année

SEPTEMBER / SEPTEMBRE

20

Announcement of finalists of Business Excellence Awards and Business After Hours
Wingate Hotel
69 Rue du Marché, Dieppe
4:00 p.m.to 6:30 p.m.

Annonce des lauréats des Prix d'excellence en affaires et Pro Affaires
Hôtel Wingate
69, rue du Marché, Dieppe
16 h à 18 h 30

26

Breakfast and Learn
Geeks Unlimited – IT Security Training
NBCC Moncton
1234 Mountain Road, Moncton
7:45 a.m. to 9:30 a.m.

Atelier du matin
Formation en sécurité des TI
avec Geeks Unlimited
NBCC Moncton
1234, chemin Mountain, Moncton
7 h 45 à 9 h 30

27

APEC AGM and Dinner with Stephen Poloz
Wingate Hotel
69 Rue du Marché, Dieppe
4:30 p.m. to 7:45 p.m.

AGA du CÉPA et repas avec Stephen Poloz
Hôtel Wingate
69, rue du Marché, Dieppe
16 h 30 à 19 h 45

OCTOBER / OCTOBRE

18

Business After Hours + Information Session Trip to China 2019
Holiday Inn Express and Suites
777 Mapleton Road, Moncton
4:30 p.m. to 6:30 p.m.

Pro affaires et séance d'information sur le voyage en Chine 2019
Holiday Inn Express and Suites
777, chemin Mapleton, Moncton
16 h 30 à 18 h 30

24

33rd CCGM Business Excellence Awards
Casino New Brunswick
21 Casino Drive, Moncton
5:00 p.m. to 9:00 p.m.

33e Prix d'excellence en affaires de la CCGM
Casino Nouveau-Brunswick
21, promenade Casino, Moncton
17 h à 21 h

NOVEMBER / NOVEMBRE

15

Business After Hours
Moncton Employment and Training Services
125- St. George Blvd, Moncton
4:30 p.m. to 6:30 p.m.

Pro Affaires
Moncton Employment and Training Services
125, boulevard St. George, Moncton
16 h 30 à 18 h 30

Summertime INDUSTRIES
summertime.ca
Food equipment, smallwares, and custom.

East Coast BAKERY EQUIPMENT
www.ecbe.ca
Équipement commercial, accessoires de cuisine, et produits créés par mesure.

For the love of
New Brunswick.

EXCELLENCE NB™

Pour l'amour du
Nouveau-Brunswick.

NEW - EXCELLENCE NB BRANDING PACKAGE!

Let's promote all the amazing products and services made in NB and help customers find you.

Visit **www.excellence-nb.ca** for more information.