

SUPPLÉMENT D'INFORMATION



LA SCÈNE EST MONTÉE POUR ATTEINDRE VOS OBJECTIFS EN AFFAIRES ET EN STYLE DE VIE

2010

PROGRÈS

GRAND Moncton





Une • nouvelle • vague • nous • soulève

... en voici la preuve

Top 7 collectivités ingénieuses du monde

Intelligent Community Forum

L'une des dix meilleures villes où faire affaires au Canada

Magazine Canadian Business

Prix des héros en TI

*Association canadienne de la
technologie de l'information*

Top 10 meilleurs endroits où vivre au Canada

Magazine MoneySense

Ville la plus polie et honnête au Canada

Magazine Reader's Digest

5^e ville la plus favorable aux affaires en Amérique du Nord

Magazine FDI

Information : 506.389.5980

Développement économique

moncton.ca

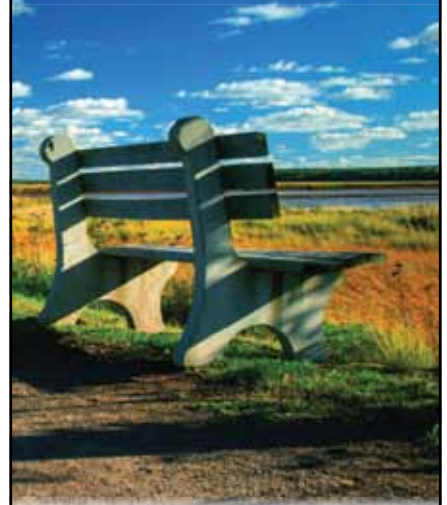


MONCTON

Our Tide is Rising — Une nouvelle vague nous soulève



**Reposez-vous et
considérez ceci ...**



Riverview a tout, une petite ville avec les avantages d'une grande ville à cinq minutes du centre-ville de Moncton.

Riverview est l'endroit avec le revenu discrétionnaire le plus élevé dans la région du grand Moncton, le coût le plus bas pour faire affaires et un parc commercial vibrant, avec près de 100 acres de terrains prêts à être aménagés et possède des grandes entreprises de détail, parmi les meilleures au Canada.

*Le charme d'une petite ville,
avec l'allure d'une grande ville.*



Veillez communiquer avec nous
au 506-387-2022 ou visitez
www.youdeserveriverview.ca

OUVERT POUR LES AFFAIRES



Au cours des 18 derniers mois, nous avons connu la pire récession mondiale depuis la Crise de 1929. Malgré tout, le Grand Moncton a traversé la tempête, ce qui est dû en grande partie à notre économie diversifiée. Dans notre région, aucun secteur ne représente plus de 8 pour cent de l'économie, ce qui nous a permis d'atténuer les effets du ralentissement mondial sur les secteurs clés de notre économie.

Aujourd'hui, le Grand Moncton est encore le meilleur endroit pour brasser des affaires. Bien entendu, étant donné mon emploi, les gens s'attendent à ce que

j'affirme cela, mais ma déclaration est appuyée par tiers parti crédible. Dans son étude *Competitive Alternatives Study* de 2010, KPMG a placé le Grand Moncton au premier rang pour faire des affaires au Canada Atlantique et en Nouvelle-Angleterre. Nous avons également atteint la première position lors de deux études précédentes (2006 et 2008).

La capacité du Grand Moncton à conserver cette position depuis 2006 est une preuve de la force de notre économie et du travail ardu de nos chefs de file communautaires et en affaires afin de maintenir notre avantage compétitif. La valeur de notre proposition aux investisseurs est claire : le coût compétitif et, géographiquement, nous sommes situés à 12 heures de route des principaux centres du Canada Atlantique, du centre du Canada et de l'est des États-Unis; nous offrons une main-d'oeuvre talentueuse, motivée et bilingue; nous continuons à investir dans les infrastructures stratégiques; et notre structure de taxes est non seulement compétitive, mais elle deviendra encore plus attirante dans les années à venir.

Le Grand Moncton a plusieurs histoires de réussites entrepreneuriales et certaines se retrouvent en ces pages. Vous découvrirez notre économie forte et diversifiée, ainsi que la manière dont nos chefs de file communautaires et en affaires se concentrent sur une croissance stratégique continue.

Je vous invite à penser au Grand Moncton si vous songez lancer, agrandir ou relocaliser votre entreprise. Découvrez vous-même pourquoi nous sommes les meilleurs.

John J. Thompson
PDG, Entreprise Grand Moncton

LES TERRES OUBLIÉES PAR LE TEMPS



Mais nous ne les avons pas oubliées

C'est une histoire qui a commencé il y a 50 ans et qui se poursuit encore aujourd'hui.
Le Parc industriel de Moncton prend de l'expansion et de nouveaux sites seront offerts à la fin de 2010.
Téléphonez-nous ou visitez notre site Web pour des renseignements
et une mise à jour sur l'avancement des travaux.



Développement industriel de Moncton

655, rue Main, Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 1E8 Téléphone : 506 857-0700 mid@nb.aibn.com

www.moncton4business.com



LE MÉLANGE IDÉAL

Quand Ken LeBlanc de PropertyGuys.com invite de nouveaux franchisés au siège social de sa compagnie à Moncton, il n'hésite pas à mélanger les affaires et le plaisir. Après une dure journée de sessions de formation, le président et chef de la direction de la compagnie emporte ses franchisés au Parc du Centenaire situé à proximité pour un barbecue, à la plage Parle pour une trempette ou bien au St. James Gate, un bar local. Les actions de Ken LeBlanc sont typiques des habitants de Moncton qui combinent un esprit entrepreneurial novateur avec un superbe style de vie

PropertyGuys.com est l'exemple parfait de l'esprit entrepreneurial qui règne dans les trois communautés du Grand Moncton : les cités de Moncton et Dieppe et la ville de Riverview. Alors qu'il était étudiant en affaires à la Crandall University de Moncton, Ken LeBlanc a formé un partenariat avec un collègue de classe, Jeremy Dumont, pour lancer PropertyGuys.com en 1998. Ni un agent immobilier ni un courtier, l'objectif de la compagnie était simple : éviter l'intermédiaire coûteux pour que les propriétaires vendent leurs maisons eux-mêmes par l'intermédiaire du réseau de PropertyGuys.com.

Aujourd'hui, il y a 110 franchises de PropertyGuys.com établies dans 2 427 collectivités à la grandeur du Canada. Au fil des ans, la compagnie a réuni plus de 40 000 acheteurs et vendeurs privés qui ont économisé environ 287 millions de dollars en commissions. Présentement, le

« Où pourrions-nous trouver de meilleurs avantages de style de vie, de coût de la vie et de possibilités de réseauter personnellement avec le pouvoir en place? » – KEN LEBLANC

site Internet de PropertyGuys.com contient un inventaire d'immobilier de 2,5 milliards de dollars. Les demandes d'expansion fusent des États-Unis, du Royaume-Uni, de Singapour et de l'Australie, mais Ken LeBlanc désire solidifier ses franchises canadiennes avant d'explorer le marché international.

« Le monde des affaires n'est plus local », dit Ken LeBlanc qui a décidé très tôt de conserver son siège social dans le Grand Moncton pour brasser des affaires à l'échelle nationale. « Où pourrions-nous trouver de meilleurs avantages de style de vie, de coût de la vie et de possibilités de réseauter personnellement avec le pouvoir en place? »

L'une de ces personnes influentes est John Thompson, le chef de la direction d'Entreprise Grand Moncton (EGM), l'agence qui mène le développement économique communautaire pour les cités de Dieppe et Moncton et la ville de Riverview. EGM est le premier point de contact pour toute entreprise, nouvelle et existante. L'organisme des trois communautés travaille aussi avec acharnement pour attirer de nouvelles entreprises dans la région et il cible les secteurs prometteurs tels que la fabrication avancée, les technologies de l'information et des communications (TIC), ainsi que les sciences de la vie et les soins de santé. « Nous voyons aussi des possibilités dans le

secteur du fret aérien, car le Grand Moncton possède une base solide pour le transport, la distribution et l'entreposage de marchandises », avance John Thompson. « Nous croyons qu'il y a aussi des possibilités de développement accru pour l'industrie du jeu, ainsi que pour les secteurs du divertissement et de la vente au détail. »

John Thompson est natif du village de Richibucto à proximité; il a vécu et travaillé en Ontario, en Colombie-Britannique et en Europe, avant de revenir au bercail. « J'avais l'habitude de voyager deux heures quand j'habitais à Vienne », dit-il. « Maintenant, j'habite quatre fois plus loin et ma navette quotidienne est de 45 minutes. C'est peut-être un cliché, mais j'aime bien le dire : les gens de Moncton se plaignent quand ils sont dans un embouteillage pendant plus de cinq minutes. »

Cette qualité de vie sans égale est l'un des principaux arguments en faveur du Grand Moncton puisque les employés recherchent un meilleur équilibre entre leurs vies professionnelle et personnelle. Le maire de Moncton, George LeBlanc, souligne que de nombreux développements auront non seulement un impact sur le style de vie des habitants, mais aussi sur la prospérité et la croissance de la région. Par exemple, un nouveau stade de plusieurs millions de dollars construit sur le campus de l'Université de Moncton accueillera les Championnats du monde juniors de l'IAAF. Avec plus de 2 000 athlètes, entraîneurs et officiels en provenance de 170 pays, ce sera le plus grand événement sportif tenu au Canada Atlantique et le deuxième plus grand événement sportif international tenu au Canada en 2010, après les Olympiques d'hiver.

« Ce sont toutes des pièces du casse-tête », dit George LeBlanc. Il mentionne d'autres éléments de la vue d'ensemble tels que le site de concerts extérieurs de Moncton et la main-d'oeuvre



UN REFUGE POUR LES AFFAIRES

Les collectivités du monde entier ont souffert de la récession, mais la région du Grand Moncton y a échappé relativement indemne. John Thompson, président et chef de la direction d'Entreprise Grand Moncton, l'attribue à la diversification de l'économie. « Aucune industrie ne représente plus que sept à 10 pour cent de l'économie en général », dit-il. « En outre, les entreprises trouvent la région attirante à cause de sa main-d'oeuvre qualifiée et bilingue, ses statistiques de migration provenant des autres régions de la province, ses infrastructures existantes et son emplacement central au Canada Atlantique. » D'autres faits saillants du Grand Moncton comprennent :

- Selon le recensement de 2006 de Statistique Canada, la population de la région – 126 000 habitants – a augmenté de 6,5 % entre 2001 et 2006, ce qui est au-delà de la moyenne nationale de 5,4 %.
- Le rapport intitulé *Cushman & Wakefield LePage Marketbeat Report* de 2009 affirme que la croissance économique sera accentuée de 90 millions \$ par le nouveau casino, de 50 millions \$ par le nouveau palais de justice, de 40 millions \$ par le complexe de magasinage sur la rue Mapleton et de 20 millions \$ par le nouveau stade d'athlétisme.
- L'an dernier, l'Association canadienne de l'immeuble a nommé le Grand Moncton comme l'un des cinq meilleurs refuges pour les investissements immobiliers au Canada.
- Selon le magazine *Maclean's*, le Grand Moncton a les meilleurs services de soins de santé pour une petite cité au Canada.
- KPMG a placé le Grand Moncton au premier rang des endroits où faire affaires au Canada Atlantique et en Nouvelle-Angleterre pour les années 2006, 2008 et 2010.
- Moncton s'est hissé au Palmarès des sept Collectivités les plus intelligentes de l'*Intelligent Community Forum* en 2009.
- Pas moins de 573 688 passagers ont franchi en 2008 les tourniquets de l'Aéroport international du Grand Moncton, situé à Dieppe, au Nouveau-Brunswick (une augmentation de 10,6 %, comparativement à l'année précédente), en plus des 24 137 tonnes de fret aérien. — **M.L.**



Ken LeBlanc, PropertyGuys.com

plus de 68 millions de dollars pour les nouveaux développements résidentiels, commerciaux et institutionnels.

Le maire de Dieppe, Jean LeBlanc, a souligné que le visage de Dieppe a beaucoup changé au cours des dernières années avec un nouveau centre-ville qui comprend un édifice municipal, des locaux à bureaux, des petites entreprises, un grand espace public extérieur et un marché des fermier fort populaire. L'ancien hôtel de ville ouvrira bientôt ses portes à nouveau en tant que Centre des arts et de la culture, alors que de nouveaux développements commerciaux et industriels apparaissent le long du Boulevard Dieppe dans le nouveau secteur de la haute-ville.

« Le prolongement du Boulevard Dieppe a permis aux développeurs de créer des endroits où vivre, jouer et faire affaires », dit Jean LeBlanc. Déjà, la nouvelle artère est ponctuée d'un hôtel, d'un gymnase, d'une épicerie, de bureaux, d'édifices à appartements, d'un terrain de golf et du nouveau centre aquatique municipal. Certains secteurs le long du boulevard abriteront un parc des affaires et des technologies qui visera des entreprises du savoir et des technologies, en plus de celles du secteur industriel léger.

En outre, 150 acres supplémentaires au Parc industriel de Dieppe seront ouverts au développement près de l'Aéroport international du Grand Moncton. Grâce à la proximité de l'aéroport, ainsi que les chemins de fer et les autoroutes accessibles, Jean LeBlanc est confiant que la région attirera facilement de nouvelles industries.

Un autre nouvel hôtel de ville a ouvert ses portes ce printemps à Riverview, la troisième collectivité du Grand Moncton. Son maire, Clarence Sweetland, y voit le symbole de la croissance continue de sa municipalité et de son engagement envers l'expansion. « Riverview est l'endroit parfait pour vivre avec votre famille et pour y faire des affaires », dit-il. La construction en 2005 d'un nouveau pont à quatre voies qui lie Riverview à sa communauté sœur de Moncton a été un facteur de sa croissance en rendant les deux centre-villes plus accessibles de chaque côté de la rivière Petitcodiac.

Riverview a également inauguré une nouvelle route de jonction, le Boulevard Gunningsville, qui joint le pont au Parc Findley, un parc industriel et des affaires de 70 acres, ce qui le rend encore plus accessible et attirant pour les entreprises intéressées.

Riverview désire en outre améliorer son industrie touristique avec l'ouverture ce printemps de la Station de la rivière chocolat, une installation qui devrait attirer les autocars affrétés et les touristes qui sont en chemin vers le Parc national du Canada Fundy. Les locataires comprendront Rocky Mountain Maple et la Savonnerie Olivier qui non seulement mettront leurs produits en vedettes, mais qui offriront aussi des démonstrations et des séminaires sur la fabrication de leurs produits. Les articles locaux exposeront leurs œuvres près d'une promenade de bois avec des petits kiosques qui créeront une atmosphère de marché.

Moncton, Dieppe et Riverview : trois collectivités vibrantes à la croissance forte qui ont un énorme potentiel pour beaucoup plus. Ken LeBlanc de PropertyGuys.com le résume parfaitement : « Il n'y a pas de raison pour plier bagage et quitter le Grand Moncton pour trouver l'emploi de vos rêves. Vous pouvez le créer ici même. » — **MIREILLE E. LEBLANC**

UNE PLAQUE TOURNANTE POUR LES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX TOUTE L'ANNÉE

Une nouvelle expérience de divertissement est maintenant offerte au Nouveau-Brunswick avec l'ouverture récente de Casino Nouveau-Brunswick dans le Grand Moncton, une première dans la région. L'édifice de 90 millions \$ comprend un casino imposant, en plus d'un Centre de divertissement et de congrès, un hôtel de 126 chambres et un spa.

Le casino offre 500 machines à sou à la fine pointe et 22 tables de jeux dans l'aire de jeu principale. Les jeux de blackjack, craps, roulette, *Let It Ride*, le poker à trois cartes et le *Ultimate Texas hold 'em* figurent parmi les jeux proposés. Il y a aussi un salon privé pour le poker et une salle pour les amateurs de poker qui jouent gros, et tous ont accès au bar ouvert au public, aux salons-bars et aux restaurants. Adjacent au casino, le Centre de divertissement et de congrès de 25 000 pieds carrés pourra accueillir jusqu'à 2 000 personnes pour des spectacles, des banquets, des congrès et autres événements spéciaux.

Les foules convergent déjà vers Moncton chaque été pour assister aux spectacles extérieurs présentés au site de 200 acres à Magnetic Hill. En 2005, 85 000 admirateurs des Rolling Stones ont assisté au spectacle de Moncton pour former la plus grande foule de la tournée nord-américaine du groupe. Alan Jackson et Brooks & Dunn ont suivi en 2006 et, depuis, Tim McGraw et Faith Hill, The Eagles, Bon Jovi et AC/DC ont à tour de rôle fait courir les foules.

Habituellement, les spectacles de plus petite envergure ont lieu au Colisée de Moncton, un stade qui peut aisément accueillir 8 500 personnes. « Nous œuvrons au développement d'un nouvel aréna et centre de divertissement au centre-ville pour remplacer notre Colisée qui prend de l'âge », explique Ian Fowler, le directeur du service des Loisirs, des Parcs et de la



Culture de la Ville de Moncton. « Avec le Théâtre Capitol et le nouveau casino, toutes les pièces du casse-tête seront alors en place pour que Moncton soit un centre de divertissement toute l'année. »

Outre les spectacles, les festivals au caractère unique font également la réputation du Grand Moncton comme, par exemple, le salon de l'automobile *Radical Speed Sports Car Show*, l'un des plus gros événements du genre au Canada; le Festival Frye, le seul festival littéraire international bilingue au Canada; et le Festival des fruits de mer de l'Atlantique. « Tous les bons ingrédients sont présents dans le Grand Moncton pour offrir ces genres d'événements spéciaux et de festivals », affirme Greg Turner de l'entreprise monctonnienne Show Associates inc. « Grâce à sa situation géographique, la ville est facilement accessible de partout en Atlantique, alors que son hébergement, ses restaurants et ses centres commerciaux transforment une visite dans la région en une petite vacance. Nous sommes une ville de classe mondiale avec le charme d'une petite ville. » — M.L.

LA COLLISION DU MARKETING ET DU DIVERTISSEMENT

Un nouveau mot fait fureur en ville et le président d'i communications, Erik Gingles, est la force motrice derrière ce concept de « marketainment », une fusion des mots marketing et *entertainment* (ou divertissement). « Avec le marketainment, le divertissement entoure votre message ou produit », dit-il. « C'est une nouvelle façon de voir la publicité. »

La plaque tournante du marketainment du Grand Moncton est situé au nbtvtoday.com et i communications a créé ce réseau de télévision en ligne qui diffuse du contenu original provenant non seulement du Nouveau-Brunswick, mais aussi du Botswana, de l'Irlande, du Rwanda et d'Haïti. Présentement, le contenu comprend une série sur les meilleurs artistes au monde qui rendent hommage à Elvis, l'activité paranormale, le développement économique et des monologues comiques. Et à venir, il y a aura une série sur le yoga, un téléjournal quotidien et la scène parallèle heavy métal en Norvège.

Toutefois, i communications a créé le réseau pour aider les annonceurs. « Nous voulions répondre à leurs questions au sujet de comment les gens peuvent voir ou entendre leur message », explique M. Gingles. « Avec toutes les annonces publicitaires à la télévision et les facteurs comme TiVo, le déclin économique et la venue des médias sociaux, il est difficile de se faire entendre. »

Traditionnellement, les annonceurs ont une entente avec les téléspectateurs ou les auditeurs : nous vous offrirons du divertissement et vous écouterez un message de notre commanditaire. Au fil des ans, ce concept s'est érodé et le défi est maintenant de rétablir cette relation. L'avantage de la méthode d'Erik Gingles est que les annonceurs peuvent utiliser cette plateforme en ligne en parallèle avec leur mélange actuel de marketing, en plus de produire quelque chose à leur intention. Ceci pourrait être un événement unique ou quelque chose qui s'établirait sur une certaine période.

Les annonceurs reçoivent aussi une valeur ajoutée à leur matériel promotionnel puisqu'ils peuvent promouvoir leur série en ligne, ce que leurs concurrents ne peuvent pas faire. « Nous pouvons accomplir tout cela puisque nous avons l'unique avantage d'être l'une des seules firmes de marketing qui a son propre studio avec ses propres capacités de production télévisuelle », souligne M. Gingles. « Ceci nous permet de créer une série, puis de créer une campagne de marketing holistique pour l'accompagner. »

Erik Gingles se trouvait récemment à Las Vegas où il a assisté à la *National Association of Broadcasters Show* (conférence de l'Association nationale des diffuseurs) en compagnie de 130 000 personnes. Cette conférence a notamment touché à la tendance en croissance de la diffusion et de l'écoute en ligne. « Tous les diffuseurs les plus importants essaient de trouver comment le monde actuel des diffuseurs trouvera sa place dans ces nouvelles tendances à écouter du contenu en ligne », dit-il. « Selon les tendances actuelles, ils savent que les choses vont dans cette direction. Nous pensons l'avoir compris. » Disney et Sony Entertainment étudient ce style de messages. « Nous le faisons ici, au Canada Atlantique, ce qui est plutôt génial », conclut Erik Gingles — M.L.



BIEN BRANCHÉ

Progrès

Nos clients parlent affaires.

www.progressmedia.ca



LA THÉRAPIE DU MAGASINAGE

Reconnu comme le centre du magasinage des provinces maritimes, le Grand Moncton offre de multiples occasions de magasiner jusqu'à l'épuisement. Selon l'étude *Canadian Markets 2008*, le total des ventes au détail de la région urbaine du Grand Moncton devrait atteindre 2,3 milliards \$, ce qui est 32 pour cent supérieur à la moyenne nationale.

Les amateurs du magasinage peuvent arpenter les allées récemment rénovées de la Place Champlain, le plus grand centre commercial du Canada Atlantique avec ses 160 magasins qui attirent plus de 9,9 millions de visiteurs chaque année. Les gens peuvent également visiter plusieurs magasins à grande surface au Power Center de la Promenade Trinity où se trouve ce qui était jusqu'à tout récemment le seul Costco du Nouveau-Brunswick, en plus de plusieurs restaurants et hôtels. Un autre endroit populaire est le centre-ville de Moncton qui comprend une variété de commerces spécialisés et des boutiques. Au cours des deux dernières années, des détaillants nationaux tels que Tommy Hilfiger, DirectBuy, Mexx, Aldo Accessories, Cassis, D-Tox et Bikini Village ont tous établi dans le Grand Moncton leur premier magasin au Nouveau-Brunswick.

La région comprend également plusieurs nœuds émergents pour la vente en détail comme le Parc Findley, à Riverview, où plusieurs lots sont disponibles et seraient idéals pour des magasins à grande surface ou encore des firmes plus petites. La ville de Riverview en est à la première phase de développement d'un nouveau nœud commercial important, le *Riverview Retail Centre*. Le Centre lifestyle de la haute-ville de Dieppe attirera de nouveaux développements commerciaux dans un secteur désigné pour les restaurants, les cafés et la vente au détail haute gamme.

Le nouveau Power Centre Mapleton, à proximité du Power Center de la Promenade Trinity, est un développement de 33 acres qui ajoutera plus de 300 000 pieds carrés d'espace pour la vente au détail.

Avec son emplacement stratégique à l'épicentre géographique des provinces maritimes, la zone d'attraction pour le magasinage est significative. Il y a plus de 250 000 habitants à l'intérieur d'un rayon d'une heure en voiture du Grand Moncton et plus de 1,3 million de gens à l'intérieur d'un rayon de 2,5 heures en voiture.

Source: *Entreprise Grand Moncton*



RECHERCHE ET INNOVATION

À L'ŒUVRE ICI POUR ENRAYER LE CANCER
À L'ÉCHELLE MONDIALE



INSTITUT ATLANTIQUE
DE RECHERCHE SUR
LE CANCER

ATLANTIC
CANCER RESEARCH
INSTITUTE

Moncton, NB | 506.862.7512 | canceratlantique.ca

Des scientifiques dans nos installations ultramodernes oeuvrent pour découvrir les origines génétiques du cancer, mieux comprendre la maladie, et ultimement, améliorer la santé des patients d'une façon significative par le biais de la recherche translationnelle.

UPLOAD
YOUR
VIDEO
HERE

NBTVTODAY.com
allez-y!

NBTVTODAY.com

i communications



Aurel Schofield, directeur et doyen associé du Centre de formation médicale du Nouveau-Brunswick



UNE PLAQUE TOURNANTE DES SCIENCES DE LA SANTÉ

En 2007, Stephen Lewis, natif de Truro en Nouvelle-Écosse, travaillait à l'Université d'Ottawa où il complétait des études postdoctorales en biologie moléculaire. Lui et son épouse, Marie-Ève Blanchard, un médecin de famille spécialisée en gériatrie née au Nouveau-Brunswick, désiraient revenir dans les provinces de l'Atlantique pour se rapprocher de leurs familles. Des recruteurs du Moncton Hospital ont signalé la présence de l'Institut atlantique de recherche sur le cancer (IARC) en vue d'attirer le couple à Moncton. « À ce moment, j'ignorais l'existence même de l'institut », admet Stephen Lewis. « Nous sommes venus le visiter et j'ai été captivé par la recherche et les infrastructures de recherche. »

En 2008, le Dr Lewis a accepté un poste de chercheur scientifique à l'IARC, alors que le Dr Blanchard a établi sa pratique au Moncton Hospital. « Moncton est un bon endroit pour nous », souligne-t-il. Tous deux désiraient poursuivre une carrière dans leur domaine et vivre dans une collectivité bilingue où ils pourraient élever leur fils.

À l'IARC, Stephen Lewis étudie la production de protéines par les cellules et, plus particulièrement, les changements qui permettent aux cellules cancéreuses de

« J'ai été captivé par la recherche et les infrastructures de recherche. » — STEPHEN LEWIS

produire un plus grand nombre de protéines qui sont à la base du développement et de la progression du cancer. « Nos trouvailles pourraient permettre la détection du cancer à un stade plus précoce », dit-il. « Si nous déterminons quelle protéine évolue, nous pouvons l'utiliser pour distinguer une cellule cancéreuse d'une cellule normale. » Les recherches du Dr Lewis pourraient également mener à de nouveaux traitements ou médicaments pour cibler ces protéines.

Ce projet de recherche novateur n'est qu'un exemple des multiples projets menés à l'IARC, un organisme à but non lucratif fondé en 1998 à l'Hôpital régional Dr-Georges-L.-Dumont de Moncton. Depuis sa fondation, plus de 23 millions de dollars ont été amassés pour financer des projets de recherche sur le cancer du sein, le cancer du colon, le cancer de la prostate et le cancer des ovaires. Françoise Roy, directrice générale de l'IARC, souligne que du financement a récemment permis d'augmenter leur capacité de recherche grâce à l'embauche d'un plus grand nombre de scientifiques, tels que le Dr Lewis. « Plusieurs jeunes cerveaux scientifiques quittent le Canada atlantique pour poursuivre leur carrière ailleurs », dit-elle. « Ceci nous offre de bonnes occasions de les recruter. »

Un autre facteur important dans la croissance de l'IARC est sa capacité de déve-

lopper des partenariats stratégiques avec les secteurs privé et public. « Il est essentiel d'avoir une variété de joueurs en sciences de la santé comme des universités, des organismes à but non lucratif, ainsi que les secteurs public et privé », dit Mme Roy. « Ce sont tous des éléments nécessaires pour créer un groupe de recherche en sciences de la santé. »

Un ingrédient crucial de cette recette est le Centre de formation médicale du Nouveau-Brunswick (CFMNB) situé sur le campus de l'Université de Moncton. La première cohorte issue de cette nouvelle école de médecine a obtenu son diplôme ce printemps et la présence de l'école s'est déjà fait ressentir dans toute la province, un impact qui ne cessera d'augmenter au fil des années.

Selon Aurel Schofield, directeur et doyen associé du CFMNB, les stages cliniques des étudiants sont répartis dans tous les hôpitaux francophones de la province, ce qui améliore les possibilités de recrutement de ces nouveaux médecins dans les régions rurales. Dix-huit nouveaux postes de médecin ont été créés dans la région de Moncton, alors qu'une unité d'enseignement en médecine interne avec un budget d'opération de 1,8 million de dollars, a été créée à l'Hôpital Georges-Dumont.

« Nous avons reçu du financement pour développer notre capacité de recherche et nous identifions présentement les personnes clés, ainsi que les secteurs prometteurs tels que la recherche médicale clinique », explique le Dr Schofield. « Nous devons exposer nos étudiants à la recherche et il y a des discussions dans la région pour créer une structure unique en recherche médicale avec le centre, l'Université de Moncton, l'Université de Sherbrooke et la région régionale de la santé. »

Le secteur privé de la région de Moncton est un autre élément de ce groupe en sciences de la vie et soins de santé en émergence. Un joueur intéressant est McKesson Pharmaceutical avec son entrepôt de 40 000 pieds carrés à Moncton. Une employée vérifie le lecteur d'identification



{ BIEN BRANCHÉ }

Progrès

Nos clients parlent affaires.

www.progressmedia.ca

par radiofréquence, fixé à son poignet, puis elle balaye du doigt le code à barres du nombre requis de bouteilles. Elle prépare ainsi la commande quotidienne de produits pharmaceutiques et de médicaments en vente libre pour l'un des 500 clients de McKesson dans les Maritimes.

Selon Richard Brennan, le directeur du marché de l'Atlantique de McKesson Canada, les produits qui transitent par l'entrepôt de Moncton chaque année valent plus de 600 millions de dollars. Chaque matin, des camions déposent des boîtes de produits qui proviennent de fabricants du Québec et de l'Ontario, boîtes qui sont ensuite triées par les 55 employés de l'entrepôt, puis redistribuées quotidiennement

aux pharmacies et hôpitaux des Maritimes.

« Moncton offre un excellent environnement pour les affaires », dit M. Brennan.

« Géographiquement, nous sommes idéalement situé pour desservir les Maritimes. » L'entrepôt de Moncton est un modèle chez McKesson Canada pour sa productivité, son efficacité et son faible taux d'erreur. « En outre, nous avons de bons employés qui font toute la différence », ajoute M. Brennan.

DDx Health Strategies Inc. est un organisme du secteur du savoir en soins de santé et de la gestion de l'information. Le couple Marcel Gervais et Vera Milan Gervais a lancé cette entreprise en 1991 en Ontario, puis ils ont

déménagé leurs opérations à Moncton en 1995, attirés par l'engagement du Grand Moncton envers le développement des technologies de l'information mondiales.

Aujourd'hui, les services de DDx comprennent un centre de contact qui fournit des renseignements par l'entremise de plus de 320 numéros sans frais pour leurs clients pharmaceutiques à travers le Canada et une partie des États-Unis. Si les clients se posent des questions au sujet d'un médicament en vente libre ou d'une nouvelle ordonnance et qu'ils composent le numéro sans frais sur la boîte du produit, leurs questions seront répondues par l'un des 30 employés de DDx à Moncton. « Zéro dollar de nos revenus provient du Canada atlantique », souligne Marcel Gervais en souriant. Il considère qu'il est très facile de desservir toute l'Amérique du Nord à partir du Canada atlantique.

Vera et Marcel Gervais, ainsi que bien d'autres personnes, voient beaucoup de potentiel de croissance pour le secteur de la santé en ligne puisque la région possède les bonnes personnes et les bonnes technologies. Un exemple frappant est Stephen Lewis qui est à pied d'œuvre dans son laboratoire de hautes technologies à l'ILARC. « Les sciences de base et la recherche en santé sont bien présentes à Moncton et il y a beaucoup d'occasions pour y faire carrière », dit-il. — M.L.

Après 20 ans d'existence, rien ne vaut son chez-soi.

Au cours des deux dernières décennies, le chef de file international en matière de jeu SPIELO est resté fidèle à Moncton. Chaque année, nous offrons des dizaines de milliers de dollars en dons, presque 1 000 heures de bénévolat et de nombreux services en nature à de nobles causes locales. Nous avons également joué un rôle à part entière pour aider à diversifier l'industrie de la technologie de l'information au Canada atlantique, et nous avons travaillé avec des partenaires pour créer des possibilités de formation portant la marque du Nouveau-Brunswick. Avec 400 employés et d'autres qui viennent s'ajouter, SPIELO est fier de considérer le Canada atlantique comme son chez-soi.

328, avenue Urquhart, Moncton, Nouveau-Brunswick, Canada
Tél: 506.878.6000 • Sans frais: 1.800.561.4263
Courriel: lottery.gaming@gtech.com
www.spielo.com

LES SCIENCES DE LA SANTÉ ET DE LA VIE DANS LE GRAND MONCTON

40 programmes d'études collégiales et universitaires

1 600 étudiants dans les collèges et universités (dont 125 en médecine)

Plus de 200 chercheurs

\$22 millions de dollars par an en subvention pour la R&D

600 médecins dont 150 participant à la formation médicale

2 grands hôpitaux d'enseignement

Plus de 100 entreprises offrant des produits et des services liés aux sciences de la santé ou de la vie

6 000 emplois dans le système de santé dont 1 100 emplois dans le secteur privé

Source : Greater Moncton: New Brunswick's Health Centre of Excellence and BioAtlantic Industry Asset Map (2009)

L'EFFET DE GROUPE

Le Grand Moncton a la plus grande concentration de travailleurs de la santé et des sciences de la vie du Nouveau-Brunswick et la région occupe le second rang dans les provinces de l'Atlantique, derrière Halifax. Selon un rapport publié en 2007 par BioAtlantech, le Grand Moncton est le noyau de la recherche biomédicale au Nouveau-Brunswick. Ce rapport affirme que « le noyau le plus important du Nouveau-Brunswick en ce qui a trait à la recherche biomédicale se situe à Moncton et dans le sud-est du Nouveau-Brunswick avec une activité économique et de l'emploi d'une valeur de 22 et de 212 millions \$ respectivement en 2007. Ces chiffres éloquentes représentent uniquement les recherches biomédicales par découverte des secteurs public et privé et excluent les services de santé et autres secteurs de la santé comme la santé en ligne. »

En plus de la recherche biomédicale et en santé, le Grand Moncton possède des infrastructures importantes pour l'éducation et la formation liées à la santé. Il y a 17 programmes de diplômes de niveau collégial liés à la santé et plus de 30 programmes de niveau universitaire lié à la santé, dans la province.

Le Grand Moncton comprend également un groupe de



firmes du secteur privé offrant des produits et services liés à l'industrie de la santé et des sciences de la vie, ce qui comprend d'importantes installations pour la distribution de produits de la santé, comme McKesson Canada; des compagnies de santé et d'assurance-vie, comme Croix Bleue Medavie, Assomption Vie et les Assurances Cooperators; des fournisseurs de santé en ligne, comme Scriptnetics; sans oublier plusieurs fournisseurs de services comme DDX Technologies et MedSenses. — M.L.

Source: Feuille de route du développement de l'industrie des sciences de la santé et de la vie du Grand Moncton par Jupia Consultants

**À vendre
150 acres
terrains industriels**

Simplement génial.

avenue de l'Aviation

À proximité de l'autoroute 15 des anciens combattants et de la route 2 transcanadienne
Accès direct à l'Aéroport international du Grand Moncton

Dieppe

506.877.7847

grandissezavecdieppe.ca



LE DESIGN DU DIVERTISSEMENT

Dans un labyrinthe de bureaux aux installations de Spielo Manufacturing situées au Parc industriel Caledonia de Moncton, des terminaux de loterie vidéo (TLV) éventrés montrent aux passants leurs composants internes, un amas de fils colorés et de mystérieuses pièces électroniques, alors que des techniciens travaillent à leurs ordinateurs à proximité. Dans la salle de production, des rangées de TLV sont au garde-à-vous dans un coin, alors que d'autres sont assemblés par des ouvriers, tandis que les visiteurs sont restreints derrière une ligne jaune pour éviter tout risque d'une étincelle d'électricité statique qui pourrait endommager les délicates composantes électroniques.

Chez Spielo, plus de 400 employés font le design, la fabrication et la distribution de TLV, des jeux, des systèmes et des services destinés à l'industrie mondiale du jeu. « Dans la région de Moncton, il y a plus d'emplois liés aux technologies du jeu qu'ailleurs en Amérique du Nord, peut-être à l'exception de Reno, Atlantic City et Las Vegas », affirme Robin Drummond, vice-président des ventes chez Spielo.

Spielo est une filiale de Lottomatica S.p.A., un des plus importants opérateurs de loteries commerciales au monde et un chef de file de l'industrie du jeu en Italie. Spielo, un des joueurs clés de l'industrie du jeu à Moncton, était une petite entreprise lorsqu'elle a été lancée il y a 20

« Le jeu est une forme de divertissement en pleine croissance et le Grand Moncton est bien positionné pour prendre sa place sur le marché mondial. »

— ROBIN DRUMMOND, SPIELO

ans, mais elle compte aujourd'hui plus de 30 000 appareils de jeu de hasard dans 21 territoires de jeu en Amérique du Nord et en Europe. « Nous offrons une solution de bout en bout qu'aucun de nos concurrents ne peut offrir », affirme M. Drummond. La compagnie offre un service complet qui comprend le concept, le design et la fabrication des machines, des jeux et des systèmes centraux, sans oublier tous les logiciels nécessaires.

Robin Drummond entrevoit des possibilités intéressantes pour l'avenir de Spielo puisque de nouveaux marchés de jeu se développent dans des territoires tels que le Kansas, le Maryland et l'Illinois. La présence de Spielo s'accroît dans le nouveau marché italien des TLV et, l'an dernier, la compagnie a signé un contrat de 61 millions de dollars avec Gamenet, en Italie, pour l'offre de solutions TLV complètes.

Un autre joueur de la région de Moncton est Gogii Games, un studio d'éditeur et de développeur de jeu situé à Moncton, qui comprend également des studios de développement à Halifax, en Slovaquie et en Russie. Ses bureaux au centre-ville de Moncton semblent l'écrin parfait pour créer des mondes imaginaires avec des statues grandeur nature de Lara Croft, Superman, Yoda,

R2-D2, Batman et un pharaon solennel dans l'entrée. « Nous n'avons pas de cubicles », explique George Donovan, le président et chef de la direction de Gogii. « Si vous faites de la création, vous ne limitez pas la créativité avec des barrières. »

Depuis sa fondation en 2006, Gogii Games a lancé de huit à 10 jeux par année et ce en 11 langues et formats multiples tels que vente en ligne, vente au détail pour PC/Mac, Nintendo Wii, Nintendo DS, iPhones et autres téléphones mobiles. Neuf de ces jeux se sont hissés au premier rang du palmarès au cours des derniers deux ans, y compris son meilleur vendeur, *Princess Isabella: A Witch's Curse*, dont plus d'un quart de million d'unités ont été vendues en ligne. Gogii Games vise un segment de la population souvent négligé par l'industrie du jeu, les femmes de plus de 35 ans, et s'est donc taillé une niche profitable dans ce marché.

En avril, Gogii Games a été l'un des premiers développeurs à lancer un jeu 3D. « Il n'y a rien d'équivalent sur le marché présentement », affirme George Donovan qui a l'intention de profiter de la vague de popularité des technologies 3D suite au succès planétaire du film *Avatar*. M. Donovan attribue la rapidité de réaction de Gogii vers cette nouvelle tendance au dévouement de ses employés qui reçoivent 40 pour cent des droits d'auteur. « Le jeu est une forme de divertissement en pleine croissance », dit Robin Drummond de Spielo. « Et le Grand Moncton est bien positionné pour prendre sa place sur le marché mondial. » — M.L.

Économisez avec les forfaits affaires.



Services compris :

Ligne téléphonique commerciale

- Fonctions d'appels, y compris la messagerie vocale

Haute vitesse

- Boîte courriel de 5 Go et espace de 50 Mo pour pièces jointes

Et aussi un service évolué gratuit tel que l'administrateur d'appels et la messagerie vocale par courriel.

Économisez plus de 500 \$ par année.

BellAliant
les économies. en mieux.

1-800-663-2600 • Rendez-vous à un magasin Bell Aliant • bellaliant.net/affaires

*Certaines conditions s'appliquent. Les produits de Bell Aliant sont offerts là où la technologie et la disponibilité le permettent. Un préavis de 30 jours est requis pour annuler certains services. Les économies sont offertes dans le cadre d'un contrat de 12 mois pour un forfait local et un forfait haute vitesse. L'annulation du service avant l'écoulement des 12 mois entraînera des frais de résiliation de 20 \$ pour chacun des mois restants, jusqu'à concurrence de 300 \$ par compte. Taxes en sus. Pour obtenir plus d'information, consultez nos conditions générales sur le site www.bellaliant.net/business.

Le Grand Moncton est le meilleur endroit où mener ses affaires

Vous voulez des preuves?

1^{er} rang - Étude Choix concurrentiels 2006 de KPMG

1^{er} rang - Étude Choix concurrentiels 2008 de KPMG

1^{er} rang - Étude Choix concurrentiels 2010 de KPMG

Vous en avez besoin d'autres?



Enterprise Greater Moncton

Entreprise Grand Moncton

DIEPPE MONCTON RIVERVIEW

BusinessFirst. | Les affaires d'abord.

1273, rue Main Street, pièce 250
Moncton, (N.-B.) E1C 0P4 Canada
1 888 577 0000

www.greatermoncton.org