

Relations gouvernementales

Nouveau gestionnaire au Bureau de la sécurité nautique

Le 26 janvier dernier, M. Victor Santos-Pedro, directeur, Design, équipement et sécurité nautique à Transports Canada, a annoncé la nomination de M. John Murray au poste de gestionnaire du Bureau de la sécurité nautique (BSN), à la direction de la sécurité maritime de Transports Canada.

M. Murray est un capitaine au long cours chevronné, dont l'expérience en mer totalise près de 20 ans et qui a débuté sa carrière en pratiquant la pêche commerciale au large des côtes de la Nouvelle-Écosse.

Il a été membre du club nautique Royal Kennebecasis et a fait de la voile sur la rivière Saint-Jean et dans la baie de Fundy pendant plusieurs années. Il a obtenu une maîtrise en gestion éducative à l'Université d'Aberdeen et a enseigné la sécurité nautique au Collège Communautaire du Nouveau-Brunswick, à Saint-Andrews.

M. Murray se joint au Bureau de la sécurité nautique après avoir passé les cinq dernières années à travailler au sein du Groupe des équipements de sécurité, au Service de la sécurité maritime. Il a été président de la section canadienne du comité technique ISO sur les navires et les structures maritimes. Vous pouvez écrire à [John Murray](#) ou le joindre par téléphone en composant le (613) 990-5887.

Les représentants de l'ACMPN ont fait la connaissance M. Murray étant donné qu'il était administrateur par intérim du Bureau de la sécurité nautique depuis le mois de septembre 2006. Nous lui offrons nos plus sincères félicitations pour cette nomination et accueillons avec plaisir cette occasion de travailler avec lui.

Nouveau règlement gouvernemental sur les eaux d'égout à l'étude

Les pressions des intervenants de l'industrie nautique et de la communauté du nautisme de plaisance ont amené Transports Canada à procéder à d'autres consultations au sujet du règlement envisagé. À la suite de ces consultations Transports Canada a annoncé son intention de modifier certains aspects de son projet de règlement sur la pollution attribuable aux eaux d'égout.

[Cliquez ici](#) pour voir les changements apportés aux sections 119 et 129 du projet de règlement.

Permis d'embarcation de plaisance

Le 5 février 2007, M. John Murray, gestionnaire du Bureau de la sécurité nautique, a avisé la direction de l'ACMPN que Transports Canada avait entrepris des travaux de programmation pour l'élaboration d'un système pilote qui permettrait aux détaillants qualifiés d'obtenir des permis pour les embarcations de plaisance en utilisant un lien Internet sécurisé.

M. Murray n'a pas pu donner plus de détails sur ce projet, ni préciser à quelle date le système pilote serait être prêt à être utilisé, mais la direction de l'ACMPN s'attend à recevoir sous peu d'autres nouvelles à ce sujet.

Ce développement encourageant intervient peu après de longues rencontres qui ont réuni tous les intervenants touchés par le système de délivrance des permis d'embarcations de plaisance.

Questions techniques

Étiquettes d'embarcation de plaisance hors-série

Transports Canada envisage peut-être de réévaluer son approche en ce qui concerne les étiquettes d'embarcation de plaisance hors-série.

Après en avoir discuté à plusieurs reprises avec des membres de l'ACMPN et après avoir vécu quelques cas concrets sur le terrain, les responsables de Transports Canada ont constaté par eux-mêmes les difficultés inhérentes à leur projet d'orienter les consommateurs vers les constructeurs pour l'obtention de ces étiquettes.

Cette situation a permis à Transports Canada de mieux comprendre quels impacts les changements proposés pourraient avoir sur les propriétaires d'embarcations, les constructeurs d'embarcations ainsi que sur les opérations de Transports Canada.

À la suite de ces événements, la direction de l'ACMPN espère que Transports Canada modifiera son approche afin de mieux répondre aux besoins de toutes les parties. L'ACMPN aura bientôt d'autres nouvelles à ce sujet.

Membres

Mise à jour des renseignements sur votre entreprise et ses employés dans votre fiche de membre

Afin de s'assurer que votre fiche de membre contient des renseignements à jour sur votre entreprise et ses employés, l'ACMPN vous fera parvenir un formulaire de mise à jour des renseignements sur les entreprises membres dès que votre renouvellement aura été reçu.

Cette saisie d'écran vous permettra de voir les informations sur votre entreprise qui sont contenues dans les dossiers de l'ACMPN. Si vous constatez que des modifications sont nécessaires, veuillez faire les changements requis dans la section prévue à cet effet et retourner le tout par courriel à Mme [Maureen Dewan](#).

Vous pouvez modifier les informations de l'ACMPN touchant votre entreprise ou demander un Formulaire de mise à jour en tout temps en communiquant par courriel avec [Mme Dewan](#) ou en lui passant un coup de fil au (905) 845-4999, poste 221.

Possibilités de carrière dans l'industrie du nautisme de plaisance

Y a-t-il des postes à combler au sein de votre entreprise? Les membres de l'ACMPN peuvent maintenant afficher ces postes dans la section « [Possibilités de carrière](#) » du site Web de l'Association ou mettre un lien dans cette section menant vers les pages où les postes vacants sont affichés sur le site Web de leur propre entreprise.

Pour plus d'information, veuillez communiquer par courriel avec Mme [Robyn Connolly](#). Vous pouvez aussi la joindre par téléphone en composant le (905) 845-4999, poste 222.

Nouvelles des membres de l'ACMPN

L'ACMPN lance une grande campagne visant à augmenter l'utilisation des vêtements de flottaison individuels (VFI) à travers toute l'industrie nautique

Le conseil d'administration de l'Association canadienne des manufacturiers de produits nautiques (ACMPN) est heureux d'annoncer le lancement d'une vaste campagne visant à promouvoir une utilisation plus répandue des vêtements de flottaison individuels (VFI) homologués par Transports Canada à travers toute l'industrie nautique. L'un des principaux volets de cette campagne consistera à inciter les intervenants de l'industrie du nautisme récréatif à promouvoir plus activement le port des VFI auprès de leur clientèle.

Bien que les pêcheurs à la ligne, les utilisateurs d'embarcations à rames, de motomarines, les enfants ainsi que les utilisateurs de petites embarcations non pontées soient les gens les plus directement visés par le port des VFI, l'ACMPN encourage fortement tous les fabricants d'embarcations et de moteurs à adopter le plus grand nombre possible de lignes directrices touchant le port du VFI. Tout changement en ce sens contribuera à modifier l'attitude des plaisanciers et favorisera l'acceptation du port du VFI comme mesure de sécurité nécessaire pour toute personne se trouvant sur le pont d'une embarcation mise à l'eau.

La noyade demeure la plus importante cause des décès reliés au nautisme. Chaque année, les données indiquent que près de 8 victimes de noyade sur 10 ne portaient pas de VFI ou de gilet de sauvetage homologué par Transports Canada. Le port d'un VFI ou d'un gilet de sauvetage homologué par Transports Canada constitue la précaution la plus importante que les plaisanciers puissent prendre pour assurer leur sécurité personnelle sur l'eau. Malgré cela, la proportion des adultes qui portent un VFI demeure très faible. Les vêtements de flottaison individuels, comme les ceintures de sécurité et les casques de protection, ne fonctionnent que lorsqu'on les porte.

Pour obtenir une amélioration dans ce domaine, amélioration qui se traduirait par une diminution du nombre de décès, il faudrait changer l'attitude des plaisanciers à propos

du port des VFI et des gilets de sauvetage et ce changement nécessite un effort concerté de la part de tous les membres de l'industrie nautique. On pourrait comparer cet effort à ceux qui ont été faits, il y a quelques décennies, pour convaincre les automobilistes de porter la ceinture de sécurité et, plus récemment, pour convaincre les cyclistes de porter un casque de protection.

Les fabricants d'embarcations et de moteurs qui font beaucoup de publicité auprès des consommateurs et qui diffusent des messages axés sur l'image du nautisme sont très bien placés pour influencer la perception des plaisanciers en ce qui concerne le port des VFI et des gilets de sauvetage.

L'ACMPN souhaite que tous ses membres encouragent activement les plaisanciers à porter des VFI homologués par Transports Canada en véhiculant une image positive de ce comportement par l'entremise de leurs photos promotionnelles, de leurs sites Web, de leurs brochures, de leurs annonces publicitaires et des présentoirs qu'ils utilisent dans les salons nautiques. L'ACMPN souhaite aussi un engagement similaire de la part d'autres regroupements de l'industrie nautique.

En dépeignant des plaisanciers portant l'un ou l'autre des nombreux produits attrayants et confortables qui font partie de la gamme des VFI homologués par Transports Canada sous un jour positif, l'industrie nautique peut avoir un impact collectif important sur la résistance et les attitudes négatives associées au port des VFI et des gilets de sauvetages.

Assemblée générale annuelle de l'ACMPN

Le 15 janvier 2007, l'Association canadienne des manufacturiers de produits nautiques (ACMPN), a tenu sa 15^e assemblée générale annuelle au Direct Energy Center. Malgré la tempête hivernale qui faisait rage ce jour-là, 35 personnes y ont assisté.

Les présentations de Thom Dammrich, président de la NMMA, de Lindsay Rennie, directeur du marketing du programme « Découvrez le nautisme » et de Sandy Currie, directeur exécutif de l'ACMPN, figurent au nombre des faits saillants de cette rencontre.

Pour obtenir plus de renseignements sur ces présentations, visitez le [site Web de l'ACMPN](#).

Conseil d'administration 2007 de l'ACMPN

Dans le cadre de l'assemblée générale annuelle de l'ACMPN, qui s'est déroulée le 15 janvier 2007, six personnes ont été réélues pour un mandat de deux ans au sein du conseil d'administration. Il s'agit de : Scott Robinson (Formula Media Group), Rob Weatherseed (Honda Marine Inc.), Len Hughes (Suzuki Canada Inc.), Rick Layzell (Yamaha Motor Canada Inc.), Scott Winton (Mustang Survival) et Adrian Rushforth. En outre, deux nouveaux membres ont été nommés pour siéger au conseil d'administration pour un mandat de deux ans. Il s'agit de Perry Chernos (Lund Boats Canada) et de Chris

Clark (Campion Marine).

Les membres suivants entreprennent la deuxième année de leur mandat de deux ans : Roy Baird fils (Power Boating Canada), Thom Dammrich (NMMA), Bryan Down (U.S. Marine), Marcel Dubois (Princecraft Boats Inc.), Marc Duhamel (Legend Boats), John Ferguson (Scepter Corporation), Chris Goulder (Volvo Penta Canada, Inc.), Wayne Lazure (Bombardier Produits Récréatifs) et Jeff McDermott (GE Commercial Finance).

Mustang Survival lance le Rescue Stick^{MC}, un bâton de sauvetage gonflable à lancer

Le 9 janvier 2007, la société Mustang Survival annonçait le lancement du Rescue Stick^{MC}, un bâton de sauvetage gonflable à lancer. Il s'agit d'un nouvel accessoire de sauvetage nautique innovateur qui permet de fournir rapidement un moyen de flottaison à une personne en danger de se noyer. Incroyablement facile à utiliser, le Rescue Stick^{MC} a la forme d'un bâton et peut être lancé près de la victime. Il se gonfle automatiquement pour adopter la forme d'un fer à cheval dès qu'il entre en contact avec l'eau. La victime peut ainsi garder la tête hors de l'eau jusqu'à l'arrivée des secours.

Le Rescue Stick^{MC} est un outil inestimable pour les équipes d'urgence et les sauveteurs professionnels et il apporte une solution idéale dans diverses situations, comme par exemple, pour venir en aide à quelqu'un à partir d'un quai surélevé ou d'un pont, lorsque quelqu'un est passé par-dessus bord ou encore pour les sauvetages qui se déroulent dans des eaux tumultueuses. Il est éminemment utile dans toutes les situations où il est essentiel de fournir rapidement une aide à la flottaison. Compact (14 po) et léger (moins d'une lb), le Rescue Stick^{MC} se range facilement dans n'importe quel véhicule d'urgence, à bord d'un bateau ou dans un sac à dos.

« Le grand avantage du Rescue Stick^{MC}, c'est qu'il permet d'aider en un temps record une personne éloignée à rester à flot, déclare Frank Leffelaar, directeur du marketing pour Mustang Survival. Cet atout unique en fait un excellent outil de sauvetage pour les professionnels et les plaisanciers. C'est un dispositif qui va sauver des vies. »

On peut lancer le Rescue Stick^{MC} à une distance de 100 pieds ou plus avec précision. En quelques secondes, il fournit 35 lb de flottaison à une personne en danger. Il se gonfle automatiquement en quelques secondes, dès qu'il entre en contact avec l'eau. Il est très facile de s'en servir. Toute personne capable de lancer un bâton peut l'utiliser. Il est facile de le replier et de le réutiliser : il suffit d'insérer une nouvelle bobine et de visser en place la poignée de rechange qui contient le cylindre de CO₂.

Pour obtenir plus de détails sur ce produit, [cliquez ici](#).

Actualités de l'industrie nautique

Votre entreprise diffuse-t-elle des nouvelles ou des communiqués de presse? Si oui, l'ACMPN aimerait recevoir ces renseignements. Vous pouvez les faire parvenir par

courriel à cmma_info@cmma.ca.

Certification – Dernières nouvelles

Les fabricants d'embarcations membres de l'ACMPN et de la NMMA doivent obtenir leur certification de la NMMA d'ici le 31 juillet 2007

L'ACMPN et la NMMA en sont aux dernières étapes du processus de certification de leurs membres. D'ici la fin de l'année modèle 2007 (soit d'ici le 31 juillet 2007), tous les fabricants d'embarcations membres de ces associations devront avoir entièrement terminé le processus de certification de la NMMA, y compris en ce qui concerne la signature de l'entente de certification, la demande de certification, les inspections et les correctifs apportés aux écarts.

Les fabricants qui ont terminé le processus d'inspection sont priés de soumettre leur formulaire de demande de certification et leur rapport sur les correctifs apportés aux écarts, au Service des normes d'ingénierie de la NMMA. Les formulaires de demande et les ententes de certification peuvent tous être obtenus en ligne, simplement en [cliquant ici](#).

Si vos produits n'ont pas encore subi d'inspection, veuillez communiquer sans tarder avec [Robert Newsome](#), directeur des normes d'ingénierie à la NMMA, afin de prévoir une inspection dans les meilleurs délais possible. Vous pouvez aussi joindre M. Newsome par téléphone, en composant le (312) 946-6275.

Séminaire 2007 sur la certification CE

La NMMA et la International Marine Certification Institute (IMCI) présentent l'édition 2007 du [Séminaire sur la certification CE](#). Cet événement vise les fabricants qui expédient ou qui envisagent d'expédier des embarcations dans les pays membres de l'Union européenne. Le Séminaire aura lieu du 19 au 21 mars 2007, à l'hôtel Hilton de St. Petersburg, en Floride.

Pour vous y inscrire, [cliquez ici](#). Si vous avez des questions au sujet de ce séminaire de l'ISO, veuillez communiquer par courriel avec [Katie Swanson](#). Vous pouvez aussi la joindre par téléphone en composant le (312) 946-6211.

Promotions et mise en marché

Le programme « Découvrez le nautisme » soulève une vague d'enthousiasme

Le Centre « Découvrez le nautisme » s'est refait une beauté! Venez admirer son nouveau look qui fut inauguré au Toronto International Boat Show et qu'on pourra voir au cours des prochains mois à Montréal, Vancouver, Halifax et Winnipeg. Vous aurez

ainsi l'occasion de découvrir le présentoir interactif du Centre, qui intègre une présentation vidéo dont les images percutantes transmettent bien le plaisir sensoriel de la navigation de plaisance.

En outre, le Centre regroupe des kiosques équipés d'ordinateurs permettant aux visiteurs de participer à une promotion locale, on y offre des renseignements et du nouveau matériel promotionnel, les enfants disposent de leur espace de jeu et, comme toujours, l'aménagement comprend plusieurs modèles de bateaux. La présence de ces embarcations donne aux nouveaux venus un aperçu des différentes formes que peut prendre la navigation de plaisance.

Dans le cadre de chaque salon, des partenaires promotionnels locaux participent aux efforts de mise en marché du Centre et les consommateurs sont encouragés à fournir certaines informations pour courir la chance de gagner un prix. Dans chaque ville, le concours donne accès à un prix différent. Grâce au système d'indication de clients potentiels du programme « Découvrez le nautisme », qui sera mis en œuvre prochainement, les noms recueillis de cette manière pourront être utilisés dans le cadre d'efforts de commercialisation futurs visant à accroître la popularité du nautisme à travers le Canada.

Le lancement de la campagne publicitaire 2007 du programme « Découvrez le nautisme » est prévu pour la semaine du 26 mars. Cette campagne créera une déferlante d'impressions dans le cœur et l'esprit des consommateurs. La publicité télévisée et sur Internet constitue le fer de lance d'un effort de commercialisation intégré et tous les achats d'espace publicitaire ont été effectués dans des médias nationaux, ce qui fait que les publicités de la campagne seront vues d'un océan à l'autre, dans les régions francophones et anglophones du Canada.

Cette campagne a été conçue pour sensibiliser efficacement le plus grand nombre de personnes possible au nautisme et pour orienter les futurs plaisanciers vers le tout nouveau site Web DiscoverBoating.ca qui sera lancé prochainement. Une fois sur le site, les visiteurs pourront demander leur DVD gratuit « À la découverte du nautisme ». Cet outil les renseignera d'une manière informative et amusante sur les nombreux avantages de la navigation de plaisance.

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec [M. Lindsay Rennie](#), directeur du marketing du programme « Découvrez le nautisme ».

Événements commerciaux

Excellents résultats de vente et achalandage accru au Toronto International Boat Show 2007

La 49^e édition du Toronto International Boat Show a connu un départ canon avec le

week-end d'ouverture le plus achalandé que le salon ait connu depuis nombre d'années. Au total, 90 270 personnes ont visité le salon, ce qui représente une augmentation de 3 % par rapport à l'année 2006 (88 053 visiteurs) et une augmentation de 8 % par rapport à l'achalandage moyen du salon au cours des trois dernières années.

De manière générale et uniforme, les détaillants ont obtenu d'excellents résultats de vente. L'année qui vient de commencer s'annonce donc lucrative pour l'industrie canadienne du nautisme.

Gary Poole, copropriétaire de Buckeye Marine, a été favorablement impressionné par l'édition 2007 du salon nautique de Toronto, en particulier par l'impact du week-end d'ouverture. « D'habitude, a-t-il commenté, il y a de plus en plus d'action au fil des jours, mais cette année, nous avons connu une ouverture remarquable, même le premier lundi, alors qu'il y avait une grosse tempête de neige. Cette journée-là, nous avons vendu sept embarcations. Nous nous attendons à vendre au moins huit embarcations de plus que les 52 que nous avons vendues l'année dernière et prévoyons en vendre une centaine avant le début de la saison. »

Angus Yachts, qui offrait des embarcations à moteur et à voile pour la première fois au salon en 2006, a pu capitaliser sur ces débuts prometteurs et a connu un succès sans précédent au salon 2007. « Nous avons affaire à des acheteurs qui s'y connaissent et qui savent ce qu'ils veulent, a déclaré Al Patterson, président de la société. La qualité du cadre, la situation globale du marché des embarcations à voile et des trawlers, ainsi que l'excellence de notre équipe ont beaucoup contribué à générer des ventes qui devraient représenter environ 40 à 60 % de nos revenus annuels pour 2007. »

Morten Fogh, un vétéran du salon nautique de Toronto a aussi connu d'excellents résultats de vente pour l'ensemble des produits de sa vaste gamme d'embarcations destinées à la vente au détail et de bateaux de fabrication artisanale. M. Fogh, qui en était à son 21^e salon, a noté que les visiteurs semblaient d'excellente humeur et n'a décelé aucun signe de récession économique, quel qu'il soit. « Le salon de cette année a été une édition record pour Fogh Marine sur le plan du nombre d'embarcations vendues, s'est-il exclamé. Nous avons atteint de nouveaux sommets pour la deuxième année consécutive. Nous sommes particulièrement heureux du succès que connaissent les Hobie Cat, car nous en vendons plus ici, au salon nautique de Toronto, que n'en vend la compagnie Hobie Cat, qui est basée à Oceanside, en Californie, dans tout autre salon en Amérique du Nord. »

À la lumière des commentaires des exposants et compte tenu des résultats globaux du salon, Cynthia Hare, directrice adjointe du salon, a déclaré : « Au cours des dernières années, le plan stratégique sur lequel nous avons concentré nos efforts visait à rehausser la qualité des visiteurs et à améliorer l'environnement de vente au détail. Les efforts intégrés qui ont été déployés en ce sens par l'équipe marketing, les membres du comité du salon et les exposants ont mené à d'excellents résultats, tant sur le plan des

ventes que sur le plan de l'identification de clients potentiels. Nous sommes très heureux des retombées qu'a eues le salon nautique de Toronto pour les fabricants et les détaillants. »

L'année prochaine marquera un jalon important dans l'histoire du salon, qui célébrera son 50^e anniversaire. L'édition « cinquantième anniversaire » du Toronto International Boat Show se déroula du 11 au 20 janvier 2008. Pour plus de renseignements sur le salon, [cliquez ici](#) ou composez le (905) 951-0009.

Salon nautique d'Halifax

Le salon nautique d'Halifax se déroulera du 15 au 18 février, à Exhibition Park, à Halifax, en Nouvelle-Écosse.

Selon Scott Sprague, de Master Promotions, la société qui produit le salon, la vente d'espace a très bien fonctionné cette année. Parmi les principaux attraits du salon, mentionnons une exposition de yachts historiques offerte par le Musée Maritime de l'Atlantique, qui mettra en vedette le Valkyrie, un sloop de classe « S », récemment restauré par le constructeur d'embarcations David Stevens. Il y aura aussi un tout nouveau présentoir interactif sur le thème des pirates et un concours de costumes de pirates à l'intention des enfants.

Le Centre « Découvrez le nautisme » sera de retour cette année, avec un concours offrant aux participants la chance de gagner une fin de semaine estivale de deux jours au Centre de villégiature Oak Island, assortie d'un week-end de cours sur les rudiments de la voile, offert par Sou'West Adventures. Le prix comprend aussi d'élégants accessoires de nautisme.

Tous les séminaires de la série sont pleins à craquer. Le programme débute avec les Galley Guys, qui présentent un séminaire animé par Michele Steven et intitulé « La cuisine à bord ». L'auteur bien connu Silver Donald Cameron livre ensuite les incroyables récits de ses voyages dans le Sud. Le programme se poursuit avec la présentation de Derek Hatfield sur la course océanique, les formidables histoires de pêche à l'achigan de Jeff Duncan et Randy Feener, de l'équipe Mercury Atlantic, le séminaire de Iain Tulloch, conseiller technique à la Nova Scotia Boat Builders Association, qui présente des renseignements techniques détaillés, une présentation de Fred Daoust, de la société Interlux, qui fabrique des peintures spécialement conçues pour les embarcations, le séminaire du capitaine Andrea MacDonald et une présentation du Bureau de la sécurité nautique.

Vous trouverez plus de détails sur le salon nautique d'Halifax en [cliquant ici](#).

Les constructeurs d'embarcations de la Nouvelle-Écosse ont leur propre salon commercial

Ce salon, c'est le nouveau Nova Scotia In Water Boat Show, qui se déroulera du 2 au 5

août 2007, parallèlement au 18^e festival annuel Classic Boat, de Mahone Bay.

Au plus fort de la saison touristique en Nouvelle-Écosse, les clients potentiels auront l'occasion de monter à bord de diverses embarcations fabriquées par des constructeurs de la Nouvelle-Écosse et de s'entretenir avec eux, dans le cadre d'un festival populaire se déroulant dans un village pittoresque, situé en bordure de la mer.

Au cours des dernières années, les constructeurs de la Nouvelle-Écosse ont diversifié leur production. Celle-ci était autrefois axée sur les embarcations commerciales, mais les constructeurs font maintenant une percée sur les marchés internationaux avec des embarcations de plaisance à voile et à moteur, des bateaux patrouilles et des embarcations pour la recherche.

Ce nouveau salon qui se déroule sur l'eau est présenté par la Nova Scotia Boatbuilders Association (NSBA), qui représente presque tous les chantiers maritimes à temps plein de la province. « Ce salon donne la chance aux constructeurs de présenter leurs produits pratiquement dans leur cour arrière, sans avoir à déboursier beaucoup d'argent. C'est l'occasion par excellence de montrer leurs bateaux », déclare Tim Edwards, directeur exécutif de la NSBA.

« Le salon est une nouvelle initiative qui élargit le spectre des activités du festival, déclare Dave Devenne, président de l'édition 2007 du festival de Mahone Bay, l'évènement qui est à l'origine du salon. Et ce qui est encore plus important, ajoute-t-il, c'est que ce salon nous donne l'occasion de mettre en valeur le savoir-faire des constructeurs d'embarcations néo-écossais d'aujourd'hui. »

La NSBA profitera de six salons commerciaux se déroulant aux États-Unis et au Canada cet hiver et ce printemps pour faire la promotion du nouveau Nova Scotia In Water Boat Show. Pour plus de renseignements, [cliquez ici](#).

2^e tournoi de golf annuel sur invitation du magazine « Boating Business »

Soyez des nôtres pour le 2^e tournoi de golf annuel sur invitation du magazine *Boating Business*, qui se déroulera le 19 juin 2007, au Club de golf de Shawneeki.

Le Club de golf de Shawneeki, qui se trouve à Sharon, en Ontario, au nord-est de Newmarket, offre aux golfeurs un terrain de 18 trous au stade de maturité.

La journée du tournoi, qui promet d'être détendue mais bien remplie, débutera à 12 h 30, avec des départs en simultané. Plusieurs concours, dont celui de la balle la plus proche du trou, celui du plus long coup de départ ainsi qu'un concours de coups roulés ont été prévus au programme.

Il y aura aussi une vente aux enchères publique et par écrit et tous les revenus seront

versés aux organismes parrainés par « Boating for Children ». Si votre entreprise désire offrir un prix pour les deux ventes aux enchères, cette contribution serait fort appréciée.

Le coût de participation à cet événement prend la forme d'un don de 130 \$ par personne. Le tournoi peut accueillir un maximum de 144 golfeurs. Le coût de participation comprend le tournoi de 18 trous, le chariot de golf et un souper bifteck. Les entreprises qui le désirent peuvent aussi commanditer un trou pour la somme de 250 \$.

Nous espérons de tout cœur que vous serez des nôtres au deuxième tournoi de golf annuel sur invitation du magazine *Boating Business* et que vous pourrez profiter d'une magnifique journée de golf à l'appui des organismes parrainés par « Boating for Children ».

Pour réserver votre place, vous pouvez envoyer un courriel à [Judy Richardson](#) ou communiquer avec elle en composant le (905) 476-9685 ou encore remplir et retourner la [carte-réponse](#).

Il reste encore de l'espace pour exposer au Salon IBEX 2007

Le salon International BoatBuilders' Exhibition and Conference (IBEX) est l'événement commercial le plus important de l'année pour l'industrie de la construction d'embarcations, tant sur le plan de la formation aux nouvelles technologies que sur celui des échanges avec l'ensemble des membres de l'industrie, sans compter qu'il représente aussi une excellente occasion d'entrer en relation avec des collègues et des fournisseurs.

Chaque année, des milliers de constructeurs, de concepteurs, de réparateurs, d'experts maritimes et d'exploitants de chantiers maritimes et de marinas venus de partout dans le monde visitent le salon IBEX pour voir et essayer les plus récents produits et les toutes dernières technologies.

Votre entreprise utilise-t-elle de nouvelles technologies concurrentielles qui sont en train de modifier la fabrication des embarcations, soit en matière d'outils, de méthodes ou de matériaux? Si c'est le cas, elle aurait beaucoup à gagner à exposer au salon IBEX. Celui-ci se déroulera du 10 au 12 octobre 2007, au Convention Center de Miami Beach.

Pour recevoir les informations visant les exposants du salon IBEX 2007, vous pouvez envoyer un courriel à [Tina Sanderson](#) ou à [Anne Dunbar](#). Vous pouvez aussi communiquer par téléphone avec Mme Sanderson en composant le (802) 879-8324 ou avec Mme Dunbar, en composant le (716) 662-4708.

Événements à surveiller

Calendrier des événements

Pour tous les détails sur les événements à venir, cliquez sur le lien suivant :

www.cmma.ca/cmma/fr/events.cfm?menu=sub3.