

Navire hydrographique sur la côte Ouest

Le dernier ajout à la flottille scientifique du ministère des Pêches et des Océans, le *John P. Tully*, a été baptisé et mis à l'eau le 27 octobre, au chantier naval Bel Air, à Vancouver-nord. Ce navire de 2 100 tonnes a été nommé ainsi en l'honneur d'un scientifique canadien de renom.

Le nouveau bateau, qui aura son port d'attache à l'Institut des sciences de la mer de Sidney (Colombie-Britannique), entreprendra des levés hydrographiques et des recherches océanographiques dans l'océan Pacifique et l'ouest de l'Arctique, lorsqu'il entrera en service, au printemps prochain.

Le *John P. Tully* portera le nom d'un pionnier dans le secteur des sciences. Ce savant est d'ailleurs associé à presque tous les travaux touchant les sciences de la mer de la côte Ouest et il est responsable de nombreuses « premières » dans ce domaine, au Canada.

Durant la Deuxième Guerre mondiale, le Dr Tully a été détaché auprès de la Marine royale du Canada et a effectué des travaux sur l'acoustique sous-marine et la localisation sonore, lesquels lui ont mérité l'Ordre de l'Empire britannique. Il est ensuite revenu à Nanaimo, comme chef du Groupe océanographique du Pacifique, où il a participé à un certain nombre d'études très reconnues, par exemple celles qui traitent en détail des incidences de l'océanographie du Pacifique du Nord sur la pêche au saumon.

Le *John P. Tully* mesure 68,9 m; il est doté de deux moteurs diesel qui font

tourner une hélice à pas variable et lui confèrent une vitesse maximale de 14 nœuds. Le bateau dispose d'un rayon d'action de 12 000 milles marins et peut transporter suffisamment de combustible et de provisions pour des expéditions pouvant durer jusqu'à 120 jours. Sa coque est en outre renforcée pour la navigation dans les glaces.

Les installations, conçues pour l'équipage de 25 personnes et les 15 scientifiques qui peuvent être accueillis à bord, comprennent un gymnase entièrement équipé et un sauna. Le bateau est muni d'un pont d'atterrissage pour hélicoptères et transporte quatre vedettes hydrographiques de 8,8 m.

Le *John P. Tully* sera doté du plus récent équipement de levés et de communications, y compris un système perfectionné de gestion informatisée de la navigation qui sera installé pour la première fois à bord d'un bateau canadien.

Le navire servira à diverses fins : il effectuera notamment des levés hydrographiques sur la côte du Pacifique et dans le passage du Nord-Ouest. Ce passage nécessite en effet des cartes de navigation précises, indispensables à la sécurité des navires qui participent aux programmes d'exploitation des hydrocarbures. Les océanographes auront recours au bateau pour étudier, de manière approfondie, la pollution côtière et les conditions climatiques, y compris les effets du courant El Niño. Ils étudieront aussi la capacité d'absorption, par l'océan, de gaz carbonique contenu dans l'atmosphère.



Le *John P. Tully* sera doté du plus récent équipement de levés et de communications, y compris un système perfectionné de gestion informatisée de la navigation qui sera installé pour la première fois à bord d'un bateau canadien.

Chaîne de restauration-minute

Frits, une nouvelle chaîne de restaurants de type restauration rapide à bon marché, spécialisée dans les frites et les hot-dogs à la vapeur, connaît actuellement une expansion rapide au Québec. Créée en 1983, la chaîne compte huit établissements en opération et douze en construction.

Le produit-vedette de Frits est la frite (d'où le nom de la chaîne). Les pommes de terre, qui viennent de l'Île-du-Prince-Édouard, sont pelées, tranchées et cuites sur place, à mesure que les clients les commandent, alors que la plupart des chaînes de restauration rapide offrent à leurs clients des pommes de terre congelées et préparées d'avance. La chaîne insiste d'ailleurs sur ces éléments de fraîcheur et de qualité.

La pomme de terre frite est probablement le produit le plus populaire qui soit. Mais elle est un produit d'autant plus important, que beaucoup de consommateurs choisissent un restaurant plutôt qu'un autre en raison de la qualité de ses frites.

Le menu offre également de la poutine (frites arrosées de sauce et de fromage fondu) et des combinaisons de hot-dogs et de frites. Mais on n'y trouve aucun dessert, mise à part la crème glacée.

Même s'il croit que son menu est suffisamment diversifié et complet, M. Gareau, le vice-président de la chaîne, étudie la possibilité d'introduire du poulet ou du poisson dans ses restaurants, comme le font les chaînes concurrentes.

Les restaurants Frits mesurent de 500 à 600 m² et peuvent accueillir de 75 à 100 personnes. Ils sont, pour la plupart, situés dans les grandes artères commerciales tout près d'une chaîne déjà établie. D'autres, sous forme de comptoirs, sont établis dans les centres commerciaux de Québec et de Montréal. En ce qui concerne l'aménagement intérieur, leur mobilier et leur décoration sont très modernes et très agréables.

Peu connu des consommateurs, Frits a lancé en octobre une importante campagne de publicité qui s'échelonne sur une période d'un an. La campagne restauration-minute utilisera principalement les panneaux routiers et la radio pour véhiculer son message.

En 1985, la compagnie Frits prévoit ouvrir une quarantaine de restaurants au Québec et en Ontario, alors qu'en 1986, elle espère faire une percée sur le marché américain. M. Gareau fait remarquer que « les Américains consomment annuellement vingt milliards de saucisses hot-dog et qu'il n'existe aucune chaîne nationale de restauration rapide spécialisée dans le hot-dog ».