



**NEW BRUNSWICK
REGULATION 2014-1**

under the

**NATURAL PRODUCTS ACT
(O.C. 2014-1)**

Filed January 17, 2014

Table of Contents

1	Citation
2	Definitions
	Act — Loi
	Board — Office
	Plan — plan
	regulated area — zone réglementée
	regulated product — produit réglementé
3	Purpose
4	Application of Plan
5	Regulated product
6	Regulated areas
7	Purposes for the establishment of a Board
8	Mission statement and strategic objectives of a Board
9	Powers of a Board
10	Additional powers
11	Repeals
12	Commencement

**RÈGLEMENT DU
NOUVEAU-BRUNSWICK 2014-1**

pris en vertu de la

**LOI SUR LES PRODUITS NATURELS
(D.C. 2014-1)**

Déposé le 17 janvier 2014

Table des matières

1	Titre
2	Définitions
	Loi — Act
	Office — Board
	plan — Plan
	produit réglementé — regulated product
	zone réglementée — regulated area
3	Objet
4	Application d'un plan
5	Produit réglementé
6	Zones réglementées
7	Objets de l'établissement d'un Office
8	Déclaration de mission et objectifs stratégiques d'un Office
9	Pouvoirs d'un Office
10	Pouvoirs additionnels
11	Abrogation
12	Entrée en vigueur

Under section 18, on the recommendation of the Minister, and sections 27 and 104 of the Natural Products Act, the Lieutenant-Governor in Council makes the following Regulation:

Citation

1 This Regulation may be cited as the *New Brunswick Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act*.

Definitions

2 The following definitions apply in this Regulation.

“Act” means the *Natural Products Act*. (*Loi*)

“Board” means a forest products marketing board specified in subsection 3(1). (*Office*)

“Plan” means any of the plans established under this Regulation. (*plan*)

“regulated area” means an area specified in section 6. (*zone réglementée*)

“regulated product” means the farm product specified in section 5. (*produit réglementé*)

Purpose

3(1) The purpose of this Regulation is to establish a separate plan for each of the following forest products marketing boards:

- (a) the Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board;
- (b) the Madawaska Forest Products Marketing Board;
- (c) the North Shore Forest Products Marketing Board;
- (d) the Northumberland County Forest Products Marketing Board;
- (e) the South East New Brunswick Forest Products Marketing Board;
- (f) the Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board; and

En vertu de l’article 18, sur la recommandation du Ministre, et des articles 27 et 104 de la *Loi sur les produits naturels*, le lieutenant-gouverneur en conseil prend le règlement suivant :

Titre

1 *Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers du Nouveau-Brunswick - Loi sur les produits naturels.*

Définitions

2 Les définitions qui suivent s’appliquent au présent règlement.

« Loi » La *Loi sur les produits naturels*. (*Act*)

« Office » Un office de commercialisation des produits forestiers précisé au paragraphe 3(1). (*Board*)

« plan » L’un quelconque des plans établis en vertu du présent règlement. (*Plan*)

« produit réglementé » S’entend du produit réglementé précisé à l’article 5. (*regulated product*)

« zone réglementée » S’entend de la zone réglementée précisée à l’article 6. (*regulated area*)

Objet

3(1) Le présent règlement pourvoit à l’établissement de plans distincts pour chacun des offices de commercialisation de produits forestiers :

- a) Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria;
- b) Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska;
- c) Office de commercialisation des produits forestiers du Nord;
- d) Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland;
- e) Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick;
- f) Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick;

(g) the York-Sunbury-Charlotte Forest Products Marketing Board.

3(2) Plans established under this Regulation replace the plans established in the following regulations:

(a) the Carleton-Victoria Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act;

(b) the Madawaska Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act;

(c) the North Shore Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act;

(d) the Northumberland County Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act;

(e) the South East New Brunswick Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act;

(f) the Southern New Brunswick Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act; and

(g) the York-Sunbury-Charlotte Forest Products Marketing Plan Regulation - Natural Products Act.

Application of Plan

4 A Plan applies to all persons engaged in marketing or in producing and marketing the regulated product in a regulated area.

Regulated product

5 For the purposes of this Regulation, the regulated product is a primary forest product produced on a private woodlot within a regulated area.

Regulated areas

6(1) The regulated area for the Carleton-Victoria Forest Products Marketing Board is Carleton County and Victoria County, with the exception of the parish of Drummond in Victoria County.

g) Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte.

3(2) Les plans établis sous le régime du présent règlement remplacent les plans établis sous le régime des règlements qui suivent :

a) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria - Loi sur les produits naturels;

b) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers du Madawaska - Loi sur les produits naturels;

c) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers du Nord - Loi sur les produits naturels;

d) Règlement concernant l'Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland - Loi sur les produits naturels;

e) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau Brunswick - Loi sur les produits naturels;

f) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau Brunswick - Loi sur les produits naturels;

g) Règlement établissant le Plan de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte - Loi sur les produits naturels.

Application d'un plan

4 Un plan s'applique aux personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation du produit réglementé dans une zone réglementée.

Produit réglementé

5 Aux fins d'application du présent règlement, le produit réglementé est un produit forestier de base provenant d'un terrain boisé privé situé dans une zone réglementée.

Zones réglementées

6(1) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria comprend les comtés de Carleton et de Victoria, à l'ex-

6(2) The regulated area for the Madawaska Forest Products Marketing Board is Madawaska County and the parish of Drummond in Victoria County.

6(3) The regulated area for the North Shore Forest Products Marketing Board is Restigouche County, Gloucester County and the parish of Alnwick in Northumberland County.

6(4) The regulated area for the Northumberland County Forest Products Marketing Board is Northumberland County, with the exception of the parishes of Alnwick and Rogersville.

6(5) The regulated area for the South East New Brunswick Forest Products Marketing Board is the parish of Rogersville in Northumberland County, Kent County and Westmorland County with the exception of the parish of Salisbury in Westmorland County.

6(6) The regulated area for the Southern New Brunswick Forest Products Marketing Board is Albert County, Kings County, Queens County, Saint John County and the parish of Salisbury in Westmorland County.

6(7) The regulated area for the York-Sunbury-Charlotte Forest Products Marketing Board is York County, Sunbury County and Charlotte County.

Purposes for the establishment of a Board

7 The purposes for which a Board is established are:

- (a) the promotion, control and regulation within its regulated area of the marketing of the regulated product;
- (b) the promotion within its regulated area of the production of the regulated product;
- (c) the development, conservation and management of forestry resources on private woodlots in its regulated area; and

ception de la paroisse de Drummond dans le comté de Victoria.

6(2) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska comprend le comté de Madawaska et la paroisse de Drummond dans le comté de Victoria.

6(3) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers du Nord comprend les comtés de Restigouche et de Gloucester et la paroisse d'Alnwick dans le comté de Northumberland.

6(4) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland comprend le comté de Northumberland à l'exception des paroisses d'Alnwick et de Rogersville.

6(5) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick comprend la paroisse de Rogersville dans le comté de Northumberland et les comtés de Kent et Westmorland, à l'exception de la paroisse de Salisbury dans le comté de Westmorland.

6(6) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick comprend les comtés d'Albert, de Kings, de Queens et de Saint John et la paroisse de Salisbury dans le comté de Westmorland.

6(7) La zone réglementée qui relève de l'Office de commercialisation des produits forestiers York-Sunbury-Charlotte du Nouveau-Brunswick comprend les comtés de York, de Sunbury et de Charlotte.

Objets de l'établissement d'un Office

7 Les objets pour lesquels un Office est établi sont les suivants :

- a) la promotion, le contrôle et la réglementation dans la zone réglementée de la commercialisation du produit réglementé;
- b) la promotion dans la zone réglementée de la production du produit réglementé;
- c) le développement, la conservation et la gestion des ressources forestières sur les terrains boisés privés dans la zone réglementée;

(d) the promotion of the consumption and use of the regulated product.

Mission statement and strategic objectives of a Board

8 The mission statement and strategic objectives of a Board are:

(a) through communications, liaison, research and education, to represent people within its regulated area who market or produce and market the regulated product to other sectors of the forest industry, consumers and the public, with respect to all matters concerning the marketing or the production and marketing of the regulated product; and

(b) to promote the development and use of private woodlots within its regulated area as a dependable source of supply of high quality primary forest products for wood-using industries.

Powers of a Board

9 The following powers are vested in a Board:

(a) to market the regulated product;

(b) to prohibit the marketing or the production and marketing, in whole or in part, of the regulated product;

(c) to regulate the time and place at which, and to designate the body by or through which, the regulated product shall be marketed or produced and marketed;

(d) to require any and all persons before commencing or continuing in the marketing or the production and marketing of the regulated product to register with and obtain licences from the Board;

(e) to fix and collect periodic licence fees or charges for services rendered by the Board from any and all persons marketing or producing and marketing the regulated product, and for this purpose to classify those persons into groups, and fix the licence fees and charges or either of them payable by the members of the different groups in different amounts, and to recover any li-

d) la promotion de la consommation et de l'usage du produit réglementé.

Déclaration de mission et objectifs stratégiques d'un Office

8 La déclaration de mission et les objectifs stratégiques d'un Office sont :

a) au moyen de communications, de contacts, de recherches et d'enseignement, de représenter les personnes dans la zone réglementée qui s'occupent de la commercialisation ou de la production et la commercialisation du produit réglementé auprès des autres secteurs de l'industrie forestière, des consommateurs et du public, à l'égard de toutes matières concernant la commercialisation ou la production et la commercialisation du produit réglementé;

b) de favoriser l'aménagement et l'utilisation des terrains boisés privés de la zone réglementée pour en faire une source sûre d'approvisionnement en produits forestiers de base de qualité supérieure à l'intention des entreprises utilisatrices de bois.

Pouvoirs d'un Office

9 Un Office est investi des pouvoirs suivants :

a) commercialiser le produit réglementé;

b) interdire la commercialisation ou la production et la commercialisation, en totalité ou en partie, du produit réglementé;

c) fixer la date et le lieu où le produit réglementé est commercialisé ou produit et commercialisé et désigner l'organisme qui se chargera de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation ou par l'intermédiaire duquel la commercialisation ou la production et la commercialisation sera effectuée;

d) obliger toute personne, avant qu'elle ne commence ou ne continue à commercialiser ou à produire et à commercialiser le produit réglementé, à s'inscrire et à obtenir une licence auprès de l'Office;

e) fixer les droits ou frais de licence à acquitter périodiquement en contrepartie des services rendus par l'Office et percevoir ces droits ou frais de toute personne qui commercialise ou produit et commercialise le produit réglementé; classer à cette fin ces personnes en groupes et fixer les droits de licence et frais ou les droits de licence ou frais qui peuvent être exigés des

cence fees and charges or either of them in any court of competent jurisdiction;

(f) to suspend or cancel a licence for violation of any provision of the Act, the Plan, the regulation or any order of the Board and to reinstate a licence that has been suspended or cancelled;

(g) to require any person who produces the regulated product to offer to sell and to sell the regulated product to or through the Board;

(h) to prohibit any person from processing, packing or packaging any of the regulated product that has not been sold to, by or through the Board;

(i) to use, in carrying out the purposes of the Plan and paying the expenses of the Board, any money received by the Board;

(j) to require any person who receives the regulated product to deduct from the money payable for the regulated product any licence fee or charge referred to in paragraph (e) that is payable to the Board by the person marketing or producing and marketing the regulated product received and to forward that licence fee or charge to the Board or its agent designated for that purpose;

(k) to implement and administer forest management programs on private woodlots;

(l) to undertake and assist in the promotion of the consumption and use of the regulated product, the improvement of the quality and variety of the regulated product and the publication of information in relation to the regulated product;

(m) to undertake or engage other persons to advertise and promote the regulated product;

(n) to cooperate with any Canadian Board or Provincial Board to regulate the marketing of the regulated product and to act jointly with the Canadian Board or Provincial Board for those purposes;

(o) to make the orders that are considered by the Board necessary or advisable to regulate effectively the marketing or the production and marketing of the regulated product or to exercise any power vested in the Board; and

personnes qui les composent, et recouvrer ces droits de licence et frais ou ces droits de licence ou frais devant tout tribunal compétent;

f) suspendre ou annuler une licence en cas de violation d'une disposition de la Loi, du plan, d'un règlement ou d'un arrêté de l'Office et rétablir une licence suspendue ou annulée;

g) imposer à toute personne qui produit le produit réglementé l'obligation d'offrir en vente et de vendre ce produit à l'Office ou par l'intermédiaire de l'Office;

h) interdire à toute personne de transformer, d'emballer ou d'empaqueter le produit réglementé qui n'a pas été vendu à l'Office, par lui ou par son intermédiaire;

i) affecter, à la réalisation du plan et au paiement des dépenses de l'Office, toutes sommes reçues par l'Office;

j) exiger que toute personne qui reçoit le produit réglementé déduise du montant payable pour le produit réglementé tout droit de licence ou tous frais visés à l'alinéa e) qui sont payables à l'Office par la personne qui commercialise ou produit et commercialise le produit réglementé reçu et de remettre ce droit de licence ou ces frais à l'Office ou à son représentant à cette fin;

k) appliquer et gérer les programmes de gestion forestière sur les terrains boisés privés;

l) se charger de faire et aider à faire la promotion de la consommation et de l'utilisation du produit réglementé, l'amélioration de la qualité et de la variété du produit réglementé et la publication des renseignements relatifs au produit réglementé;

m) se charger ou charger d'autres personnes d'annoncer et de promouvoir le produit réglementé;

n) collaborer et agir de concert avec tout office canadien ou provincial en vue de réglementer la commercialisation du produit réglementé;

o) prendre les arrêtés que l'Office juge nécessaires ou opportuns pour réglementer efficacement la commercialisation ou la production et la commercialisation du produit réglementé ou pour exercer un pouvoir dont l'Office est investi;

(p) the powers of a corporation under the *Business Corporations Act* and, subject to the Act, in the exercise of those powers the members of the Board shall be deemed to be its shareholders and directors.

Additional powers

10 The following powers are vested in the Madawaska Forest Products Marketing Board:

(a) to regulate the manner in which the regulated product may be marketed or produced and marketed; and

(b) to fix the price or prices, maximum price or prices, or both maximum and minimum prices at which the regulated product, or any grade or class of it, may be bought or sold in the regulated area, and to fix different prices for different parts or areas of the regulated area.

Repeals

11(1) *New Brunswick Regulation 2005-105 under the Natural Products Act is repealed.*

11(2) *New Brunswick Regulation 2005-139 under the Natural Products Act is repealed.*

11(3) *New Brunswick Regulation 2005-141 under the Natural Products Act is repealed.*

11(4) *New Brunswick Regulation 2005-143 under the Natural Products Act is repealed.*

11(5) *New Brunswick Regulation 2005-145 under the Natural Products Act is repealed.*

11(6) *New Brunswick Regulation 2005-147 under the Natural Products Act is repealed.*

11(7) *New Brunswick Regulation 2006-85 under the Natural Products Act is repealed.*

Commencement

12 *This Regulation comes into force on February 1, 2014.*

p) les pouvoirs d'une corporation prévus à la *Loi sur les corporations commerciales* et, sous réserve de la Loi, dans l'exercice de ces pouvoirs les membres de l'Office sont réputés en être ses actionnaires et administrateurs.

Pouvoirs additionnels

10 L'Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska est investi des pouvoirs suivants :

a) régir le mode de commercialisation ou de production et de commercialisation du produit réglementé;

b) fixer le ou les prix, le ou les prix maximums, ou à la fois les prix maximums et minimums de vente ou d'achat dans la zone réglementée du produit réglementé ou d'une classe ou d'une catégorie quelconque de ce produit et fixer des prix différents pour les différentes parties ou régions de la zone réglementée.

Abrogation

11(1) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-105 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(2) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-139 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(3) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-141 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(4) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-143 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(5) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-145 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(6) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2005-147 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

11(7) *Le Règlement du Nouveau-Brunswick 2006-85 pris en vertu de la Loi sur les produits naturels est abrogé.*

Entrée en vigueur

12 *Le présent règlement entre en vigueur le 1^{er} février 2014.*

N.B. This Regulation is consolidated to January 17, 2014.

N.B. Le présent règlement est refondu au 17 janvier 2014.

QUEEN'S PRINTER FOR NEW BRUNSWICK © IMPRIMEUR DE LA REINE POUR LE NOUVEAU-BRUNSWICK

All rights reserved/Tous droits réservés