

Ces associations ont été organisées par les fermiers pour leur bénéfice mutuel et dans le but d'obtenir, grâce à un plus grand pouvoir de marchandage, de meilleurs termes, d'établir certains services inexistantes ou d'en améliorer d'autres déjà en existence, mais jugés inadéquats.

Au Canada, l'expansion du système coopératif a été très rapide; elle a atteint son plus haut point dans le domaine des marchés. C'est que probablement ce domaine a offert de meilleurs occasions de réaliser des économies et de créer les services nécessaires. L'action collective a aussi rendu possible la mise en commun des recettes provenant de la vente de produits agricoles de mêmes classe et qualité et la remise au fermier d'un prix moyen pour ces produits. Cela a nécessité fréquemment de la part du producteur un meilleur classement et une meilleure préparation pour le marché qu'il n'en eût été autrement. La valeur des produits agricoles écoulés au cours de la campagne terminée le 31 juillet 1938 s'établit à \$134,493,746.

Plusieurs associations fondées au début pour fins d'écoulement des produits ont pu rendre des services additionnels à leurs membres en utilisant le pouvoir d'achat déjà mobilisé à l'achat de fournitures nécessaires à la ferme. Par exemple, les coopératives fruitières peuvent acheter des engrais, matériaux de vaporisation, des barils, des boîtes, de la farine et de la provende et des marchandises en général pour le compte de leurs membres fructiculteurs. Un certain nombre d'associations ont été fondées dans le but premier d'acheter des fournitures, d'habitude des commodités en gros, et d'autres ont des magasins offrant un assortiment complet de marchandises générales. Plus de la moitié de ces dernières sont dans les Provinces des Prairies et les principales commodités qu'elles vendent sont la gazoline, le carburant à tracteur et autres produits du pétrole, le charbon et le bois et la ficelle d'engravage. Elles ont vendu pour \$20,091,893 de fournitures et marchandises au cours de la campagne de 1937-38, soit 15 p.c. environ de la valeur des produits agricoles écoulés.

Afin d'augmenter leur efficacité, les associations ont créé des agences de vente sur une base régionale ou sur une base nationale, telles que la Canadian Co-operative Wool Growers, Limited et la Canadian National Silver Fox Breeders' Association. Des sociétés de grossistes fonctionnent aussi dans la plupart des provinces; elles consolident le pouvoir d'achat des associations locales et augmentent les bénéfices à retirer de l'achat en quantité. Les United Farmers of Ontario, Limited, et la Co-opérative Fédérée de Québec cumulent les fonctions d'agent de vente et d'acheteur en gros pour le compte de leurs filiales locales.

Les fruits, les légumes, les céréales, les graines de semence, la volaille, les œufs, la laine et les fourrures sont d'habitude classés et autrement préparés pour le marché avant d'être offerts en vente. Les éleveurs, les parcs à bestiaux, les entrepôts ordinaires et frigorifiques et les couveuses sont la propriété des coopératives qui les exploitent. Le beurre et le fromage sont fabriqués, le poulet et les pommes mis en boîte, les provendes commerciales et les matériaux de pulvérisation sont préparés dans des établissements coopératifs. La First Co-operative Packers of Ontario, Limited, transforme le porc en bacon et autres produits. La Consumers' Refineries Co-operative Association, Limited, de Regina, transforme l'huile brute en gazoline, distillés et autres produits du pétrole.

En 1908, la législature de la Nouvelle-Ecosse adopta la loi sur les associations de fermiers fructiculteurs et les entrepôts et la même année, celle de Québec adopta la loi sur les associations coopératives agricoles. Depuis cette époque, chaque province a pourvu, au moyen d'une législation appropriée, à l'incorporation des associations coopératives. Depuis 1932, cinq provinces ont mis en vigueur de nouvelles