

question ne relevait pas de la compétence fédérale. La Loi adoptée plus tard en 1936 par la Colombie-Britannique sur l'organisation du marché des produits naturels a été considérée comme étant dans les limites des attributions provinciales et elle a servi de modèle pour l'adoption de lois sur les offices de commercialisation dans les 10 provinces.

La législation régissant les offices de commercialisation a été modifiée de temps à autre d'après l'expérience acquise et elle varie au niveau du détail d'une province à l'autre, mais les mêmes pouvoirs fondamentaux sont accordés aux producteurs de toutes les provinces. Ces pouvoirs comprennent l'autorisation pour un office dûment constitué de régler la totalité des ventes d'une denrée produite dans une région désignée. L'office, du moins dans certaines provinces, peut établir des contingents de production pour chaque agriculteur. Il peut réglementer la vente de plusieurs produits connexes et la région désignée peut représenter une partie ou la totalité de la province. Généralement, le vote des producteurs est requis pour établir un office de commercialisation pour les producteurs, qui reçoit ses pouvoirs d'un organisme provincial de commercialisation exerçant un droit de surveillance, ou du lieutenant-gouverneur en conseil.

Les pouvoirs d'un tel office, établis par une loi provinciale, sont nécessairement limités au commerce intraprovincial. En vertu de la Loi sur l'organisation du marché des produits agricoles (SRC 1970, chap. A-7), le gouvernement fédéral peut déléguer à un office de commercialisation des pouvoirs en matière de commerce interprovincial et d'exportation analogues à ceux que l'office détient pour le commerce intraprovincial en vertu de l'autorisation provinciale. Cette Loi donne également au gouverneur en conseil le droit d'autoriser un office provincial de commercialisation à imposer et percevoir des contributions des personnes participant à la production et à la commercialisation de produits qu'il régit pour la réalisation des objectifs de l'office, dont la création de réserves et la péréquation des recettes.

La Loi fédérale sur les offices de commercialisation des produits de ferme, adoptée en janvier 1972, autorise la création d'organismes ou offices nationaux de commercialisation. Des organismes nationaux peuvent être établis, lorsque les producteurs et les autorités provinciales le désirent, pour tout produit agricole qui, à cause de la dispersion de la production au Canada ou pour d'autres raisons, ne peut être vendu de façon efficace et ordonnée sous la régie des offices provinciaux de commercialisation. La Loi crée un Conseil national de commercialisation des produits de ferme dont les fonctions sont de conseiller le ministre de l'Agriculture sur toutes les questions relatives à l'établissement et au fonctionnement d'organismes nationaux, d'analyser le rendement et d'aider à accroître l'efficacité de ces organismes, et d'entretenir des rapports constants de consultation avec les provinces intéressées au sujet de la création d'offices nationaux de commercialisation.

Le premier office national créé en vertu de la Loi, l'Office canadien de commercialisation des œufs, est entré en activité en juin 1973. Un deuxième office, l'Office canadien de commercialisation du dindon, est entré en activité en mars 1974. Ces offices fédéraux travaillent de concert avec des offices provinciaux de commercialisation des œufs et du dindon; ils ne font pas affaire directement avec les producteurs.

En 1973-74, on comptait 106 offices de commercialisation autorisés par les gouvernements provinciaux en activité au Canada, dont les offices de commercialisation du lait cités plus haut dans la présente section ainsi que la Commission canadienne du blé, organisme fédéral. Il existe actuellement des offices dans toutes les provinces, le Québec et l'Ontario venant en tête avec 26 et 20 respectivement. On estime que 54% du revenu agricole en espèces pour 1973 provenait des ventes effectuées sous la régie des offices de commercialisation. Une multitude de produits agricoles ont été vendus par l'entremise des offices, notamment des céréales, des porcs, du lait, des fruits, des pommes de terre et d'autres légumes, du tabac, de la volaille, des œufs, de la laine, du soya, du miel, des produits de l'étable et du bois à pâte. A la fin de 1974, le gouvernement fédéral avait autorisé 73 offices provinciaux à réglementer la commercialisation de leurs produits destinés au commerce interprovincial et à l'exportation.

Sources

- 11.1 Division de l'information, ministère de l'Agriculture du Canada.
- 11.2 Division de l'information, ministère de l'Agriculture du Canada; Office de stabilisation des prix agricoles; Comité des grains, ministère de l'Industrie et du Commerce; Division de l'assurance-récolte, ministère de l'Agriculture du Canada; Commission canadienne du lait; Office canadien des provendes; Société du crédit agricole; Administration des prêts garantis, ministère des Finances; Office de commercialisation des grains, ministère de l'Industrie et du Commerce.