

années 30 afin d'accorder aux producteurs agricoles le droit de réglementer la commercialisation de leurs produits, à certaines conditions. La Loi de 1934 sur l'organisation du marché des produits naturels visait à accorder ce pouvoir au niveau fédéral, mais les tribunaux déclarèrent que la 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 a servi de modèle pour des lois sur les offices de commercialisation adoptées dans toutes les provinces.

Le principe fondamental qui permet aux offices de commercialisation de régir la commercialisation d'un produit est l'adhésion obligatoire. Un nouvel office doit normalement être approuvé au départ par un vote majoritaire des producteurs de la denrée en cause. Lorsqu'il y a approbation, tous les producteurs de la denrée dans la région désignée, autres que ceux qui peuvent être exemptés en raison d'un niveau de production inférieur au niveau minimum fixé, sont tenus par la loi de commercialiser leur produit sous la régie de l'office. Suivant les objectifs de l'office et le genre de produit, ses pouvoirs et fonctions peuvent comprendre uniquement la négociation d'un prix minimum ou peuvent englober le contingentement de la production ou du marché, l'établissement des moments et lieux désignés pour la commercialisation, ou tout autre pouvoir jugé nécessaire pour assurer un marché rationnel et équitable.

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, et le deuxième, l'Office canadien de commercialisation du dindon, en mars 1974. Ces offices fédéraux travaillent de concert avec les offices provinciaux de commercialisation des œufs et du dindon; ils ne font pas affaire directement avec les producteurs.

En 1974-75, on comptait 108 offices de commercialisation autorisés par les gouvernements provinciaux en activité au Canada, dont les offices de commercialisation du lait, qui laissent plus de latitude aux producteurs que les autres ainsi que les organismes fédéraux cités plus haut. Il existe actuellement des offices dans toutes les provinces, le Québec et l'Ontario venant en tête avec 26 et 22 respectivement. On estime que 57% du revenu agricole en espèces pour 1974 provenait des ventes effectuées sous la régie des offices de commercialisation. Une multitude de produits agricoles ont été vendus par l'entremise des offices,