

[Text]

and that in Canada I understand it is about 19 per cent. —as compared with England's 26%, France's 31%, Japan's 40%, and Russia's 50%.

and with this situation, with this comparison between the percentage of income spent on food in this country as compared with other countries, it certainly illustrates the problems of our agriculture industry, and we should be doing in this Committee everything that we can, Mr. Chairman, to change this situation in connection with the farmers. That is all.

The Chairman: Thank you, Mr. Moore.

Hon. H. A. Olson (Minister of Agriculture): Mr Chairman I have a very brief comment on this.

An hon. Member: Yes, it might be an idea.

Mr. Olson: I do not disagree with many of the things that members have said with respect to this clause, but I think that it is unfair, if indeed not completely erroneous, to suggest that the way the clause is written now, can or indeed ought to be interpreted the way some members have suggested, because it says that the objects of an agency are to promote a strong production and marketing agency. I do not think anyone takes any objection to that.

That means something the opposite of weak. We certainly do not want a weak industry. It also says that it be an efficient industry. I do not think that members would want the marketing agencies to promote an inefficient industry.

It mentions a competitive industry. I do not think that members would want to remove from producers the comparable advantage of cost and input and so on.

Then it goes on to relate those words to both the production and the marketing industry for agricultural products, or the related products in relation to which it may exercise its powers. That is the main thrust of what is said in Clause 22. Then there is a comma, and it goes on to mention having due regard to the interests of the consumers of those products.

Mr. Chairman, anyone who shall not have any regard for his customers, of course, is not very long in the business. With respect to the other main points that have been made, and that is a strong, efficient and competitive production and marketing agency.

• 1020

I do not think there is anything offensive in saying to the marketing agencies that their objects shall be to promote all of those things in the production and marketing side, bearing in mind that all of that product has to be sold to their customers.

All it says is: having due regard to the interests of their customers. That is why I find this interpretation, substantially weakens or takes away a great deal from the main objects that are set out in the first three lines.

[Interpretation]

Au Canada je crois qu'il est d'environ 19 p. 100.

... comparativement à l'Angleterre où il est de 26 p. 100; à la France où il est de 31 p. 100; au Japon il est de 40 p. 100 et à la Russie où il est de 50 p. 100.

et cette situation, compte tenu de cette comparaison entre le pourcentage du revenu dépensé en aliment dans notre pays comparable relativement aux autres pays, ceci indique très certainement quels sont les problèmes de notre industrie de l'agriculture et nous devrions essayer dans notre Comité de faire tout notre possible, monsieur le président, pour que cette situation des cultivateurs change. C'est tout.

Le président: Merci, monsieur Moore.

Hon. H. A. Olson (Ministre de l'Agriculture): Monsieur le président, j'aimerais formuler quelques brèves remarques à ce sujet.

Une voix: Oui, ce serait une bonne idée.

M. Olson: Je ne désapprouve pas ce qu'a dit le député au sujet de cet article, mais je crois qu'il est injuste, si non qu'il est complètement erroné, de dire que la façon dont cet article est rédigé à l'heure actuelle, on peut ou on doit l'interpréter de la façon dont certains députés l'ont dit ici, car cet article indique qu'un Office a pour objet de favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie forte et d'un Office de commercialisation puissant. Je crois que personne s'objecte à ceci.

Ceci était l'opposition de quelque chose de faible. Nous ne voulons certainement pas une industrie qui soit faible; on dit aussi qu'il faut une industrie efficace je ne crois pas que les députés voudraient que l'Office de commercialisation favorise une industrie qui ne serait pas efficace.

On parle aussi d'une industrie concurrentielle ici. Je ne crois pas que les députés aimeraient que les producteurs ne puissent profiter des avantages comparés des coûts du rendement etc.

Puis l'article continue en parlant de productions et d'une industrie forte efficace et concurrentielle pour les produits agricoles ou pour les produits connexes qu'elle aura sous sa dépendance. Ceci est l'objectif principal de l'article 22. Puis il y a une virgule et on continue en mentionnant compte tenu des intérêts des consommateurs de ces produits.

Monsieur le président, toute personne qui ne tiendrait pas compte des clients, naturellement, ne restera pas longtemps dans les affaires. En ce qui concerne les autres points principaux qui ont été présentés, soit en ce qui concerne une industrie forte, efficace et concurrentielle et un Office de commercialisation.

Je ne crois pas qu'il n'y ait rien de blessant à dire aux offices de commercialisation que leur objectif sera de promouvoir tous ces aspects de la production de la commercialisation, compte tenu du fait que tout le produit doit être vendu à leurs clients.

Tout ce qui est indiqué: c'est compte tenu des intérêts des consommateurs, c'est pourquoi je trouve que cette interprétation affaiblit beaucoup les objectifs indiqués dans les trois premières lignes.