

[Texte]

will be their objective. They will always maintain that they will have to be businessmen if they want to do anything with the plan itself. If they want to survive this as an occupation, as an industry, then they will have to be businessmen and know enough about business ethics and practices to know that you do not sell just because you have got to get closed into your organization but that there is such a thing as imports which still could come in. Unless you are prepared to go one step further and say that we exclude imports I cannot understand how a conflicting interest could be written into an agricultural bill which is supposedly intent upon working towards the benefit of agriculture. This is simply working one against the other. To include it in there, at this time, seems a futile attempt at window dressing for want of something better to say, that is all it is is window dressing and nothing more.

**The Chairman:** Gentlemen, I have Mr. Pringle to be recognized. I think probably Mr. Korchinski touched on the real matter here. That is, the objectives and powers are laid out in the first part and the window dressing is:

...having due regard to the interests of consumers of the regulated product or products.

The question before the committee is do you want it with window dressing or without window dressing. Mr. Pringle.

**Mr. Pringle:** Mr. Chairman, I have to take exception to that particular point by virtue of the fact that consumer acceptance is of great priority in all marketing boards operating today. It goes much deeper than price. There are the agencies endeavouring to sell a product, to the best of their ability with the intent of getting as much money as they can. There are producers that are producing this product and in many instances wanting to produce a particular type of product. Let us take three-pound broilers. Very often they cannot be sold and it is essential for the agency having due regard to consumer acceptance to go to the producers and ask them by virtue of the build up of inventories in three-pound birds to market four or five days early. This is merely giving the agency the nod with regard to their plan so that they can give due regard to consumers. If you had asked the marketing board managers and chairmen who are operating today if they wanted it or not, I am quite sure that they would like to know it is there so that they could use it when they are dealing with those producers who are supplying the agencies and through the producers elect the agencies. For that reason I would hope that you might consider leaving the clause as it is.

**The Chairman:** Mr. Gleave.

**Mr. Gleave:** Mr. Chairman, may I submit to this committee that if a marketing agency knew that the consumers preferred a bird one or two or three pounds lighter, they would not do it because of this clause, they would do it because it is the way they would market the most birds.

[Interprétation]

désire réussir. Si le secteur agricole veut survivre, les individus qui le composent devront se comporter comme des hommes d'affaires et se conformer aux usages et principes des affaires. L'on ne vend pas tout simplement pour se conformer aux directives d'une association. De toute façon, rien n'empêcherait les importateurs de vendre leurs produits. A moins que vous ne soyez disposé à franchir une autre étape pour dire que l'on exclut les exportations, je ne vois pas comment ces intérêts contradictoires pourraient être énoncés dans un projet de loi d'ordre agricole qui est censé travailler aux intérêts de l'agriculture. Ces intérêts sont irréconciliables. Vouloir les mentionner, m'apparaît comme une œuvre vaine, il semblerait que l'on n'ait rien de mieux à dire. Il ne s'agirait que de jeter de la poudre aux yeux et rien de plus.

**Le président:** Messieurs, je dois donner la parole à M. Pringle: Je pense que M. Korchinski a peut-être touché au cœur du problème. C'est-à-dire, les objectifs et les pouvoirs énoncés dans la première partie et ce serait jeter de la poudre aux yeux que de dire:

...tenir compte des intérêts des consommateurs du ou des produits réglementés.

Je demande donc au Comité s'il désire que l'on jette de la poudre aux yeux ou non. Monsieur Pringle.

**M. Pringle:** Monsieur le président, je m'élève contre cet argument car la réaction du consommateur est une question de la plus haute priorité pour tous les organismes de commercialisation actuels. Cela va bien plus loin que le prix. Il y a des organismes qui s'efforcent de vendre un produit, du mieux qu'ils peuvent en essayant de faire le plus de profit possible. Il y a les producteurs de ce produit et dans bien des cas, ils désirent se limiter en produits bien précis. Prenons les poulets de grill de trois livres. Bien souvent, l'on ne peut les vendre. Or, si l'office doit tenir compte des réactions du consommateur, il est essentiel qu'il s'adresse aux producteurs pour leur demander, au regard de la constitution de surplus de volatiles de trois livres, de vendre quatre ou cinq jours plus tôt. Il s'agit simplement d'approuver le plan de l'office afin de lui permettre de tenir compte des consommateurs. Si vous aviez demandé aux présidents et aux administrateurs des commissions de commercialisation en fonctionnement aujourd'hui, s'ils désirent semblables dispositions, je suis persuadé qu'ils vous auraient demandé s'il s'agissait d'une disposition à laquelle ils pourraient avoir recours lorsqu'ils s'occupent des producteurs qui fournissent les offices et qui nomment les représentants des offices. Aussi, je crois que l'on peut laisser cet article tel quel.

**Le président:** Monsieur Gleave.

**M. Gleave:** Monsieur le président, permettez-moi de dire au Comité que si un office de commercialisation savait que les consommateurs préféreraient un volatile d'une, deux ou trois livres de moins, cet office n'essaierait pas de les satisfaire à cause de cet article, mais tout simplement parce que cela lui permettrait de commercialiser davantage de volailles.

**Le président:** Monsieur Southam.

**The Chairman:** Mr. Southam.