

[Text]

**Senator Molgat:** It is through these others that the American price has an influence on the Canadian price—or, in your opinion, does the American price have a major influence on the Canadian price?

**Mr. Chisholm:** Economics dictate whether beef will come from or go to the United States. Nothing else dictates it. If you take the exchange, the duty and the freight, and you either add or subtract it, depending on what is the situation and which way you are going, and the economics indicate that we can market Canadian boneless beef in the United States, that beef will go to the United States. If it dictates that we can get a better price for it in Canada, that beef will go to Canadian users.

**Senator Molgat:** I now get back to the question that was raised a while ago. Do the packers do that, or is it done through the brokers?

**Mr. Chisholm:** No one is doing anything exclusively. I guess that is what I am trying to say. The fact of the matter is that if the packer has an inhouse market for something, he will use it and therefore save the brokerage. If he needs help in marketing something, he will go to a broker. If the broker cannot do it, he will go to a dealer or to the highest bidder; and the buyer, correspondingly, will buy from the cheapest offerer. The mechanisms of the free market prevail.

**Senator Molgat:** But for a free market to function, there has to be knowledge. Someone has to be monitoring what is happening in the United States. Someone has to be familiar with that market. Someone has to know what are the prices and what are the needs.

**Mr. Chisholm:** Obviously, someone or some group. Everyone has to be as knowledgeable as he can in every area that they are offering in. If a fellow in western Canada or Alberta was offering beef and did not utilize all the information at his disposal, he would not be in business for very long. The margins are that fine. The marketing system, in my opinion, is one of the most sophisticated in the world, because the broker is competing with the packer, the packer is competing with the dealer and the dealer is competing with the broker. Everyone is competing. As I say, our brokerage is one-quarter of a cent per pound. It has not been raised since 1922, that I am aware of. The only way we can stay in business is by trying to run a business on the basis of increased volume and provide as broad a service as we possibly can. Quite frankly, if we had to rely purely on dressed beef brokerage for a living, we would not be in business. We have to have the other facets of the trade—imports, exports, dairy products—a mixture of areas in which we can trade in order to be able to function efficiently.

**Senator Molgat:** With regard to the American market, your firm does not have any expertise in that field—in the beef end?

[Traduction]

**Le sénateur Molgat:** Est-ce par leur intermédiaire que les prix américains influent sur les prix canadiens ou, à votre avis, les prix américains ont-ils une influence importante sur les prix canadiens?

**M. Chisholm:** Les facteurs économiques décident dans quelle direction se feront les transactions avec les États-Unis: s'il s'agira d'importations ou d'exportations. Aucun autre facteur ne le décide. Si vous considérez le prix, les droits et les frais de transport, que vous additionnez ou soustrayez selon la situation ou la direction des échanges, et si les facteurs économiques indiquent qu'il est possible de mettre en marché aux États-Unis le bœuf désossé canadien, nous exporterons alors ce genre de bœuf. Si les facteurs économiques nous apprennent qu'il est possible d'obtenir un meilleur prix pour ce bœuf au Canada, ce bœuf sera vendu aux consommateurs canadiens.

**Le sénateur Molgat:** Je reviens maintenant à la question qui a été posée il y a quelque temps. Les exploitants de salaison effectuent-ils les transactions ou ces transactions se font-elles par l'entremise de courtiers?

**M. Chisholm:** Personne n'a de fonctions précises ou exclusives. Je crois que c'est ce que je cherche à dire. En fait, si l'exploitant de salaison a un marché intégré pour un produit, il l'exploitera et n'aura pas recours aux services d'un courtier. S'il a besoin d'aide en ce qui concerne la mise en marché d'un autre produit, il consultera un courtier. Si le courtier ne peut pas l'aider, il ira voir un vendeur ou le plus offrant; l'acheteur, à son tour, achètera de celui qui lui fera l'offre la plus basse. Ce sont les mécanismes du marché libre qui dominent.

**Le sénateur Molgat:** Mais il faut savoir ce qui se passe sur un marché pour qu'il puisse fonctionner librement. Quelqu'un doit surveiller la situation aux États-Unis, bien connaître ce marché, savoir quels y sont les prix et les besoins.

**M. Chisholm:** Évidemment, quelqu'un ou un groupe d'intéressés. Tout le monde doit en connaître le plus possible dans chacun des secteurs qu'ils offrent. Si un exploitant de l'Ouest du Canada, de l'Alberta par exemple, veut vendre du bœuf sans se servir de tous les renseignements mis à sa disposition, ses affaires ne feront pas long feu. Le marché est en effet très vulnérable. Selon moi, le système de commercialisation est l'un des plus complexes au monde, parce que le courtier est en concurrence avec les entreprises de salaison, ces dernières le sont avec le détaillant et le détaillant avec le courtier. La concurrence est générale. Comme je le disais, notre commission est d'un quart de cent la livre. A ma connaissance, elle n'a pas été augmentée depuis 1922. La seule manière de nous en sortir c'est d'essayer d'augmenter le volume et d'assurer un service aussi vaste que possible. Très franchement, si nous devons compter uniquement sur le courtage perçu sur le bœuf habillé pour gagner notre vie, nous ne pourrions tenir. Nous devons avoir accès aux autres secteurs du commerce, (importations, exportations, produits fermiers), divers domaines que nous pouvons exploiter pour fonctionner de manière efficace.

**Le sénateur Molgat:** En ce qui concerne le marché américain, votre entreprise n'en sait pas grand chose pour ce qui est du bœuf?