

for the exemption of any class of persons so engaged from the marketing plan or any aspect thereof;

(iii) the marketing of the regulated product on a basis that enables the agency that is implementing the plan to determine the quantity in which and the price, time and place at which the regulated product or any variety, class or grade thereof may be marketed in interprovincial or export trade;

(iv) the pooling of receipts from the marketing of the regulated product or any variety, class or grade thereof in interprovincial or export trade and the operation of pool accounts including provision for a system of initial, interim and final payments to producers and deduction from the pool of the expenses of the operation thereof;

(v) a system for the licensing of persons engaged in the growing or production of the regulated product for, or the marketing thereof in, interprovincial or export trade, including provision for fees payable to the appropriate agency by any such person in respect of any licence issued to him and for the cancellation or suspension of any such licence where a term or condition thereof is not complied with; and

(vi) the imposition and collection by the appropriate agency of levies or charges from persons engaged in the growing or production of the regulated product for, or the marketing thereof in, interprovincial or export trade and for such purposes classifying those persons into groups and specifying the levies or charges, if any, proposed in respect of the members of each group.

The advisability of marketing powers in the definition of a marketing plan is questionable. It would be preferable to provide for the powers that may be delegated to an agency in an amended section 17 of the Bill in the following form:

17. (1) the Governor in Council may by proclamation establish, amend and revoke plans for the promotion, control and regulation in interprovincial or export trade of the marketing of any farm products and may constitute agencies to administer such plans, and may vest in those agencies respectively any powers considered necessary or advisable to enable them effectively to promote, control and regulate the marketing of farm products in interprovincial and export trade, and to prohibit such marketing in whole or in part.

(2) Without limiting the generality of any of the other provisions of this Act, the Governor in Council may vest in any agency any or all of the following additional powers:

(a) to regulate the time and place at which and to designate the agency through which any regulated product shall be marketed; to determine the manner

commerce d'exportation et la non-application du plan de commercialisation ou de l'un de ses aspects à toute catégorie de personnes se livrant à cette occupation;

iii) la commercialisation du produit réglementé suivant une formule qui permet à l'office, qui applique le plan, de déterminer à quelle quantité, à quel prix et en quel temps et lieu, le produit réglementé ou l'une de ses variétés, classes ou qualités peuvent être commercialisés dans le commerce interprovincial ou le commerce d'exportation,

(iv) la mise en commun des recettes provenant de la commercialisation du produit réglementé ou de l'une de ses variétés, classes ou qualités dans le commerce interprovincial ou le commerce d'exportation et la gestion de comptes communs, notamment l'établissement d'un système de paiements initiaux, intérimaires et définitifs aux producteurs et la déduction, sur la caisse commune, des dépenses,

v) un système d'octroi de permis aux personnes s'occupant de la culture, de la production ou de la commercialisation du produit réglementé vendu dans le commerce interprovincial ou le commerce d'exportation, comprenant une disposition relative aux droits payables à l'office approprié par une telle personne pour tout permis qui lui est délivré et pour l'annulation ou la suspension de tout permis de ce genre lorsqu'une de ses modalités n'est pas respecté; et

vi) l'imposition par l'office de redevances ou frais et leur recouvrement des personnes s'occupant de la culture, de la production ou de la commercialisation du produit réglementé vendu dans le commerce interprovincial ou le commerce d'exportation en classant à ces fins ces personnes en groupes et en spécifiant, le cas échéant, les redevances ou frais proposés à l'égard des membres de ces groupes;

On peut s'interroger sur le bien-fondé de pouvoirs de commercialisation dans la définition d'un plan de commercialisation. Il serait préférable de prévoir des pouvoirs qui pourraient être délégués à un office dans un article 17 du projet de loi modifié de la façon suivante:

17. (1) Le gouverneur en conseil peut, par proclamation, établir, modifier et annuler les plans pour la promotion, le contrôle et la réglementation du commerce interprovincial et du commerce d'exportation provenant de la commercialisation de tout produit de ferme; il peut constituer des offices pour administrer ces plans, donner à ces offices tous les pouvoirs qu'il croit nécessaires ou souhaitables pour promouvoir, contrôler et réglementer de façon efficace la commercialisation des produits de ferme dans le commerce interprovincial et dans le commerce d'exportation et interdire entièrement ou partiellement ce genre de commercialisation.

(2) Sans qu'aucune des autres dispositions de cette loi ne perde son aspect général, le gouverneur en conseil peut donner à tout office l'un, plusieurs ou tous les pouvoirs suivants:

a) de réglementer le temps et le lieu où et de désigner l'office par l'intermédiaire duquel tout produit réglementé devra être commercialisé; de déterminer