



Chambre des communes  
CANADA

# Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

---

AGRI • NUMÉRO 024 • 2<sup>e</sup> SESSION • 39<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 3 avril 2008**

—  
**Président**

**M. James Bezan**

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

**<http://www.parl.gc.ca>**

## Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Le jeudi 3 avril 2008

• (0905)

[Traduction]

**Le président (M. James Bezan (Selkirk—Interlake, PCC)):** La séance est ouverte.

Je vous souhaite la bienvenue à tous. Nous commençons, aujourd'hui, notre nouvelle étude sur la mention « Produit du Canada ».

Je voudrais d'abord accueillir les représentantes de l'ACIA, Debra Bryanton, directrice exécutive, Direction de la salubrité des aliments et Carla Barry, directrice exécutive de la Protection des consommateurs. Les représentants du Bureau de la concurrence sont Colette Downie, sous-commissaire de la concurrence, Andrea Rosen, sous-commissaire par intérim de la concurrence à la Direction générale des pratiques loyales des affaires et Richard Taylor, sous-commissaire de la concurrence à la Direction générale des affaires civiles.

Vous êtes tous les bienvenus. Je vais vous donner la parole.

Andrea, je crois que c'est vous qui allez commencer. Veuillez vous limiter à 10 minutes ou moins.

Monsieur Gaudet.

[Français]

**M. Roger Gaudet (Montcalm, BQ):** Qui est M. Taylor? Est-il sous-ministre? Que fait-il?

[Traduction]

**Le président:** Monsieur Latimer.

[Français]

**M. James Latimer (greffier à la procédure):** M. Richard Taylor est sous-commissaire de la concurrence, Direction générale des affaires civiles, Bureau de la concurrence.

**M. Roger Gaudet:** Merci beaucoup.

[Traduction]

**Le président:** Très bien.

Sur ce, madame Rosen, vous pourriez peut-être commencer.

**Mme Andrea Rosen (sous-commissaire par intérim de la concurrence, Direction générale des pratiques loyales des affaires, Bureau de la concurrence):** Merci, monsieur le président. Bonjour, tout le monde.

Le Bureau de la concurrence se réjouit de comparaître aujourd'hui pour participer aux délibérations du comité sur la mention « Produit du Canada ». Je m'appelle Andrea Rosen et je suis la sous-commissaire par intérim de la concurrence à la Direction générale des pratiques loyales des affaires. Je suis accompagnée aujourd'hui de mes collègues Colette Downie, sous-commissaire de la concurrence, Affaires législatives et parlementaires et Richard Taylor, sous-commissaire, Direction générale des affaires civiles.

Je voudrais d'abord vous présenter les excuses de la commissaire, Mme. Scott. Malheureusement, d'autres obligations l'empêchent de comparaître devant vous aujourd'hui.

Le bureau est très conscient des préoccupations soulevées par les Canadiens, surtout depuis l'été dernier, au sujet de l'étiquetage des produits alimentaires et de certains problèmes touchant la santé et la sécurité. Le bureau n'ignore pas non plus que les consommateurs ont besoin de renseignements exacts pour pouvoir faire des choix éclairés.

Je crois que le comité voulait que nous comparaissons pour parler de notre *Guide sur les indications « Fait au Canada »*. Je voudrais d'abord préciser que ce guide a été préparé pour aider les entreprises et les consommateurs à comprendre la façon dont le bureau considère ces indications pour s'acquitter du mandat que lui confère la loi qu'il est chargé d'administrer et d'appliquer.

Dans mon propos d'aujourd'hui, je vais décrire brièvement le rôle et les responsabilités du Bureau de la concurrence en général, son rôle à l'égard de l'étiquetage et plus particulièrement notre *Guide sur les indications « Fait au Canada »*.

Le Bureau de la concurrence est un organisme d'application de la loi indépendant. Nous contribuons à la prospérité des Canadiens en protégeant et en favorisant des marchés concurrentiels et en permettant aux consommateurs de faire des choix éclairés. Sous la direction de la commissaire de la concurrence, le bureau enquête sur les pratiques anticoncurrentielles et fait la promotion de l'observation des lois qui sont sous sa responsabilité. Nous faisons également la promotion d'un marché concurrentiel auprès des législateurs et décideurs gouvernementaux ainsi que des commissions administratives et tribunaux. Les marchés concurrentiels sont des moteurs d'innovation et d'investissement. L'innovation et l'investissement favorisent la productivité et la productivité est un élément essentiel à notre bien-être. Les consommateurs qui ont accès à des renseignements exacts, qui peuvent faire des choix éclairés entre les différents produits et services concurrents occupent une place primordiale dans cette formule.

Les indications fausses ou trompeuses et les pratiques commerciales de nature à induire en erreur ne permettent pas d'atteindre ces objectifs et sont donc contraires aux lois que nous sommes chargés d'administrer et d'appliquer soit la Loi sur la concurrence, la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation autres que les denrées alimentaires et la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux. Il est important de souligner que le bureau administre et applique la LEEPC en ce qui concerne les produits autres que les denrées alimentaires, car ce sont nos collègues de l'ACIA qui se chargent de ces dernières.

Chaque année, le bureau reçoit des plaintes des consommateurs et des concurrents au sujet d'activités anticoncurrentielles qui sont de notre ressort. Les déclarations fausses ou trompeuses et les pratiques commerciales de nature à induire en erreur sont à l'origine du plus grand nombre de plaintes que nous recevons, soit entre 10 000 et 15 000 par an. Chaque année, environ 25 de ces plaintes portent sur l'étiquetage.

Dans ce contexte, je vais maintenant parler du *Guide sur les indications « Fait au Canada »* publié par le bureau. Comme je l'ai déjà dit, il est important que les consommateurs obtiennent des renseignements exacts pour pouvoir faire des choix éclairés pour l'achat de tous les produits, y compris ceux qui sont étiquetés « Fait au Canada ».

En général, les dispositions législatives que le Bureau de la concurrence administre et fait appliquer n'exigent pas que les entreprises indiquent sur leurs produits quel est leur pays d'origine. Lorsque les entreprises attribuent certaines qualités à un article, par exemple le fait qu'il est fabriqué au Canada, elles doivent veiller à ce que cette affirmation ne soit pas fautive ou trompeuse ou contraire à une des lois que le bureau fait appliquer. Par exemple, lorsqu'on déclare qu'un produit est fait au Canada alors qu'il a été entièrement fabriqué dans un pays X, c'est contraire à la Loi sur la concurrence. De plus, s'il s'agit d'un produit non alimentaire préemballé, cela peut également soulever un problème en vertu de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation.

Pourquoi avons-nous un guide? C'est pour permettre aux entreprises et aux consommateurs d'établir clairement et de façon prévisible quels sont les critères qui peuvent amener la Commissaire de la concurrence à considérer que l'indication du pays d'origine est fautive ou trompeuse. Le Bureau de la concurrence publie un guide qui indique quelles sont, selon son interprétation de la loi, les circonstances dans lesquelles l'indication « Fait au Canada » peut contrevenir aux lois qu'il est chargé d'appliquer. Ce guide vise à aider les entreprises à se conformer à la loi et à leur indiquer quand la commissaire va probablement prendre des mesures d'application en vertu des lois qu'elle est chargée d'appliquer. Ce n'est qu'un guide et chaque situation est évaluée au cas par cas.

● (0910)

En ce qui concerne les principaux éléments du guide, la principale ligne directrice est celle qui porte qu'au moins 51 p. 100 du total des coûts directs de production ou de fabrication doivent être canadiens pour qu'un produit puisse être déclaré « Fait au Canada » sans que cela ne contrevoie à la loi.

Cette ligne directrice a été établie dans le contexte des réalités du marché canadien. Très souvent, les fabricants canadiens doivent importer des éléments spécialisés qui ne sont pas fabriqués au Canada. Étant donné cette réalité, on a estimé que si le seuil de contenu canadien était trop élevé, la plupart des fabricants canadiens n'auraient pas le droit d'apposer cette mention. Cela limiterait leur capacité de se distinguer de leurs concurrents étrangers et empêcherait les consommateurs canadiens désireux d'acheter des produits canadiens d'obtenir des renseignements utiles. Le seuil de 51 p. 100 tient également compte de la perception du public selon laquelle pour qu'un produit soit désigné comme étant « Fait au Canada » la majeure partie de son contenu doit être canadien.

Le bureau a modifié le guide au cours des années pour le rendre plus clair, pour y ajouter des détails supplémentaires ou pour répondre aux préoccupations émises par les intervenants. Les derniers changements importants datent de 2001.

Premièrement, les frais généraux engagés par le producteur ou le fabricant se rapportant directement à la production ou à la fabrication des articles et pouvant être raisonnablement attribués à la production ou à la fabrication des articles peuvent entrer dans le calcul des 51 p. 100.

Deuxièmement, les articles entièrement obtenus ou produits au Canada sont considérés comme étant d'origine canadienne, à la condition qu'ils ne fassent pas l'objet, à l'extérieur du pays, d'une transformation importante qui en fait un nouveau produit.

Les divers intervenants soulèvent souvent des questions légitimes et importantes à cet égard. Le bureau y répond toujours en les étudiant et en les analysant et, lorsque c'est justifié, en consultant les intéressés. Selon les résultats, nous pouvons adapter notre politique d'application, établir des nouvelles lignes directrices ou même chercher à faire modifier la loi, si c'est justifié.

En ce qui concerne notre guide sur les indications « Fait au Canada » jusqu'ici, le bureau n'a pas été informé par des intervenants et n'a pas non plus conclu lui-même que sa politique d'application actuelle à l'égard des déclarations « Fait au Canada » ne correspond plus aux réalités du marché canadien en ce qui concerne notre mandat législatif. Même si les récents événements concernant les produits alimentaires ont suscité des inquiétudes dans le marché canadien et au sein du public, le bureau n'a fait l'objet d'aucune pression de la part des diverses parties prenantes pour réexaminer sa politique d'application. Néanmoins, le bureau va s'acquitter de ses responsabilités, comme il l'a toujours fait et comme en témoigne le cas des diamants canadiens.

Monsieur le président, le bureau reconnaît qu'il est nécessaire que l'étiquetage des produits fournisse des renseignements exacts, qu'il s'agisse de produits alimentaires ou autres. En ce qui concerne les questions de notre ressort, c'est-à-dire l'étiquetage des produits autres que les denrées alimentaires, nous surveillons cette question de près. Comme je l'ai dit au départ, les consommateurs ont besoin de renseignements exacts pour pouvoir faire des choix éclairés. Si nous jugeons nécessaire de faire une nouvelle mise à jour de notre guide, nous serons prêts à recevoir toute suggestion et nous suivrons de près les délibérations du comité.

Nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

Merci.

● (0915)

**Le président:** Merci beaucoup.

Madame Bryanton.

**Mme Debra Bryanton (directrice exécutive, Direction de la salubrité des aliments, Agence canadienne d'inspection des aliments):** Merci, monsieur le président.

Bonjour, mesdames et messieurs. Nous vous sommes reconnaissants de l'occasion qui nous est offerte de nous adresser au comité. Je me nomme Debra Bryanton. J'occupe le poste de directrice exécutive de la Direction de la salubrité des aliments à l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Une de mes divisions est celle de la protection des consommateurs. Mme Carla Barry, la directrice intérimaire de ce groupe, est ici avec moi aujourd'hui.

Nous sommes ici aujourd'hui pour discuter des travaux de l'ACIA en ce qui concerne les mentions « Produit du Canada » et « Fabriqué au Canada » sur l'étiquette des produits alimentaires. Comme l'a mentionné le Bureau de la concurrence, l'ACIA est chargée de la politique et de la législation concernant l'étiquetage des produits alimentaires pour assurer la protection des consommateurs.

En ce qui concerne la situation actuelle, les aliments en vente au Canada, qu'ils soient produits au pays ou importés, doivent respecter les normes canadiennes en matière de salubrité des aliments. Les fabricants doivent veiller à ce que les matières qu'ils utilisent et les produits qu'ils vendent respectent toutes les exigences du gouvernement fédéral.

La confiance de la population canadienne à l'égard des aliments provenant du Canada et du système canadien de production alimentaire est très élevée. Partout dans le monde, le Canada jouit d'une excellente réputation à titre de pays fournissant de bons aliments sains et de grande qualité. Il n'est donc pas surprenant de constater qu'à l'occasion, des fabricants utilisent volontairement les mentions « Produit du Canada » ou « Fabriqué au Canada » dans leurs publicités ou sur leurs étiquettes. Aussi, des entreprises utilisent souvent des mots ou des phrases, des logos, des images ou des symboles qui indiquent que leur produit est d'origine canadienne afin de faire valoir leur engagement à l'égard de l'emploi et de l'économie au pays.

Rien n'empêche les entreprises de faire de telles déclarations dans la mesure où elles sont véridiques et elles n'induisent pas le consommateur en erreur. Les dispositions générales interdisant de fournir de l'information fautive et trompeuse sur l'étiquette des produits alimentaires et dans les publicités connexes sont énoncées dans la Loi sur les aliments et drogues et dans la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation. L'ACIA est chargée d'administrer les dispositions de ces lois pour les aspects de l'étiquetage autres que la santé et la sécurité.

Quant à savoir ce que signifient aujourd'hui les mentions « Produit du Canada » et « Fabriqué au Canada », notre *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments* indique aux fabricants de produits alimentaires et aux consommateurs comment nous interprétons la loi en ce qui concerne la protection des consommateurs. Dans ce document, l'ACIA fournit des lignes directrices à l'industrie afin de l'aider à se conformer aux lois.

À l'heure actuelle, les lignes directrices sur l'étiquetage et la publicité recommandent que les fabricants qui veulent mentionner l'origine canadienne d'un produit respectent deux conditions essentielles. Comme dans les lignes directrices du Bureau de la concurrence, la dernière transformation importante du produit doit avoir été effectuée au Canada et au moins 51 p. 100 des coûts directs liés à la production ou à la fabrication du produit doivent avoir été engagés au Canada. Si une entreprise ne peut pas satisfaire à ces conditions, elle peut tout de même apposer de façon volontaire d'autres mentions concernant le contenu canadien, mais elles doivent être précises, exactes et véridiques, comme « Rôti au Canada », « Distillé au Canada » ou « Emballé au Canada ». L'Agence canadienne d'inspection des aliments se sert de ces lignes directrices pour aider les entreprises à se conformer aux lois qui interdisent les fausses représentations concernant l'origine canadienne de leurs produits.

L'ACIA vérifie au cas par cas les mentions « Fabriqué au Canada » ou « Produit du Canada » apposées sur un produit parce qu'elle tient compte de tous les facteurs, de la nature du produit et des attentes des consommateurs.

Nous sommes conscients que l'approvisionnement alimentaire du Canada provient de plus en plus des quatre coins de la planète et que les Canadiens tentent d'obtenir de l'information plus précise sur les aliments qu'ils achètent. Dans le discours du Trône d'octobre 2007, le premier ministre Stephen Harper a annoncé clairement notre engagement à améliorer la salubrité des aliments et des produits importés au Canada et à fournir les renseignements dont les consommateurs ont besoin pour prendre des décisions éclairées.

Le 17 décembre 2007, le premier ministre a annoncé la création du plan d'action du Canada pour assurer la sécurité des produits alimentaires et de consommation. Il s'agit d'un vaste ensemble de nouvelles mesures que l'on propose pour assurer la sécurité des Canadiens en resserrant la réglementation touchant les produits alimentaires, les produits de santé et les produits de consommation. Le plan d'action prévoit également un engagement visant à revoir les politiques actuelles du gouvernement concernant l'emploi des mentions « Produit du Canada » et « Fabriqué au Canada » sur les étiquettes des aliments et dans la publicité. Pour en savoir plus sur ces initiatives, il suffit de consulter le nouveau site Canadiens en santé à l'adresse [www.canadiensensante.gc.ca](http://www.canadiensensante.gc.ca).

En outre, dans son budget de 2008, le gouvernement a concrétisé son engagement en affectant 113 millions de dollars au plan d'action pour veiller à ce que le système d'assurance de la salubrité des aliments évolue afin de remédier aux nouveaux défis que pose la mondialisation des marchés et de mieux informer les Canadiens.

Par conséquent, nous prenons des mesures concrètes pour réviser les politiques d'étiquetage en ce qui concerne les mentions « Produit du Canada » et « Fabriqué au Canada ». Nous allons examiner cela de plus près. Toute nouvelle mesure concernant le plan d'action sera annoncée dans le site Web Canadiens en santé.

● (0920)

En terminant, nous tenons à vous remercier de nous avoir permis de nous adresser à vous aujourd'hui. Nous serons très heureuses de répondre à vos questions concernant le travail de l'ACIA dans ce domaine.

**Le président:** Merci beaucoup.

Je dois vous dire qu'une des raisons pour lesquelles nous avons entrepris cette étude sur l'étiquetage « Fait au Canada » est qu'au cours de notre étude du cadre stratégique de l'agriculture que nous avons réalisée le printemps dernier et que nous avons poursuivie à l'automne, l'étiquetage « Fait au Canada » est une question qui a été régulièrement soulevée, non seulement par les producteurs, mais également par les consommateurs et les autres parties prenantes. Ces commentaires sont donc les bienvenues.

Un des autres problèmes qui ont été soulevés au cours de cette étude — et c'est une des raisons pour lesquelles nous avons également voulu faire comparaître le Bureau de la concurrence — est la concentration aux divers niveaux de la chaîne agroalimentaire, aussi bien la vente au détail, que la distribution et tous les autres maillons de la chaîne. Les membres du comité s'en préoccupent beaucoup et c'est pourquoi je me réjouis de la présence de M. Taylor qui pourra répondre également à certaines de ces questions.

Sur ce, nous allons commencer nos tours de sept minutes.

Monsieur Easter, la parole est à vous.

**L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Le président vous a fait part, dans les grandes lignes, de ce qui nous préoccupe. Je dirais d'abord que nous comprenons que vous avez pour rôle d'administrer les lois qui vous ont été confiées. Si la loi ne vous confère pas le pouvoir de remédier à une situation comme nous le souhaiterions, ce n'est pas de votre faute. N'allez donc pas croire que nous vous blâmons pour ces problèmes.

Néanmoins, pour être assez direct, je dirais que le secteur agricole n'a trouvé aucun secours auprès du Bureau de la concurrence pour résoudre ses difficultés concernant les intrants agricoles. Par exemple, KAP a réalisé une étude du coût des intrants et, lorsqu'elle s'est adressée au Bureau de la concurrence, ce dernier ne lui a été d'aucun secours. Par conséquent, la concentration de l'industrie et ses répercussions sur le coût des intrants posent un véritable problème pour le secteur agricole et nous pensons qu'il y a peut-être aussi une collusion en matière de prix, mais comme c'est du côté des intrants, cela semble difficile à résoudre.

Nous avons formulé une recommandation à ce sujet dans notre rapport de juin 2007. Je ne sais pas si vous l'avez lu, mais nous pouvons vous en remettre un exemplaire. Nous disons que nous nous inquiétons de la domination et de la concentration dans la chaîne agroalimentaire et nous formulons une recommandation — je pense que le deuxième élément est peut-être le plus important — à savoir que le gouvernement devrait imposer des sanctions administratives pécuniaires en cas d'abus de position dominante afin d'inciter les entreprises de la plupart des secteurs à se conformer à la Loi sur la concurrence. Nous avons estimé qu'il faudrait modifier la Loi sur la concurrence étant donné que l'infraction doit être presque de nature criminelle. Nous avons recommandé que « le gouvernement décriminalise la fixation de prix discriminatoires et d'éviction afin que ces pratiques fassent l'objet d'un examen complet relativement à leurs effets économiques probables » sur l'industrie. Mais nous allons vous en remettre un exemplaire.

Je ne sais pas qui peut répondre à cela, mais qu'en pensez-vous? Nous estimons que la Loi sur la concurrence ne fonctionne pas bien. Que devons-nous faire pour qu'elle soit efficace en ce qui concerne le coût des intrants agricoles?

Ma deuxième question — et vous pouvez y réfléchir, Debra, pendant que quelqu'un d'autre répond à la première question — porte sur la définition de 51 p. 100 des coûts directs totaux. Je pense que cette définition a été établie pour les industries qui fabriquent des accessoires et différentes pièces pour les automobiles, par exemple, mais il est question ici des produits alimentaires. Quelqu'un peut-il vraiment nous affirmer que 51 p. 100 des coûts directs qui, en réalité, n'ont rien à voir avec le produit contenu dans l'emballage sont « canadiens » et que l'étiquette dit bien la vérité? Lorsqu'un consommateur achète une marchandise où il est marqué « Produit du Canada », si l'on compte le coût de l'emballage, de la boîte, de la pellicule plastique qui l'entoure, de la main-d'oeuvre employée pour mélanger les ingrédients avec de l'eau ou autre chose, ce qui n'a rien à voir avec le contenu, pensez-vous vraiment que l'étiquetage dit la vérité au consommateur qui achète ce produit au magasin?

Réfléchissez-y, Debra, et dites-moi ce que nous pouvons faire. Comme nous venons de la même île, je ne voudrais pas vous critiquer.

**Une voix:** Oh, oh!

**M. Wayne Easter:** C'est maintenant au tour du Bureau de la concurrence.

• (0925)

**M. Richard Taylor (sous-commissaire de la concurrence, Direction générale des affaires civiles, Bureau de la concu-**

**rence):** Monsieur le président, je vais essayer de répondre à la question du député concernant la concentration.

Nous faisons deux choses qui ont un effet sur la concentration ou qui pourraient en avoir un. La première est que nous examinons les fusions. Nous contestons ou nous ajustons celles qui pourraient entraîner un niveau de concentration inacceptable, conformément à la Loi, pour que les intérêts excédentaires soient cédés à quelqu'un d'autre.

Il est vrai qu'en vertu de la loi et des lignes directrices que nous appliquons, le seuil de sécurité se situe à 35 p. 100. Il n'est pas nécessaire d'être un grand mathématicien pour se rendre compte qu'avec ce pourcentage, trois sociétés peuvent se partager un marché. C'est ce que prévoit notre loi et elle ne s'écarte pas beaucoup des lois en vigueur dans les autres pays pour certains secteurs. Nous appliquons la loi rigoureusement dans le cadre de ces paramètres. Nous examinerions de très près les entreprises qui chercheraient à accaparer 50 p. 100 ou 60 p. 100 d'un marché.

Prenons un exemple dans le secteur agricole. Nous avons passé 10 ans à examiner, contester et annuler des fusions dans le secteur de la manutention du grain, cela dès 2001, lorsque nous avons imposé des restrictions rigoureuses dans le cas de la fusion entre UGG et Agricore. Nous voulions qu'un certain nombre d'éleveurs des Prairies — les bons, et non pas les mauvais ou les vieux, mais les nouveaux éleveurs à forte capacité — soient cédés à une autre entreprise. Et nous voulions que le meilleur terminal de Vancouver soit cédé à un autre concurrent et c'est ce qui a finalement été fait.

Par conséquent, nous étions au courant de ces problèmes et nous avons appliqué les lois sur les fusions avec rigueur dans ce secteur.

Je vais aborder une autre question. L'autre facteur qui pourrait avoir un effet évident sur les concentrations est la disposition visant l'abus de position dominante. C'est lorsqu'une entreprise devient dominante et, là encore, selon nos lignes directrices, c'est lorsque le pourcentage de 35 p. 100 est dépassé. Lorsqu'une entreprise accapare plus de 35 p. 100 d'un marché donné, que ce soit celui des engrais, des céréales ou des abattoirs, lorsque certaines de ses activités pourraient faire du tort à ses concurrents ou freiner la concurrence, nous examinons également la situation de près. Et c'est ce que nous faisons.

De toute évidence, ce sont là deux choses très importantes que nous faisons.

La dernière chose, et c'est peut-être une des plus importantes, est que nous veillons à ce qu'il n'y ait pas d'ententes entre les concurrents. Je crois qu'on a fait allusion à cette possibilité, monsieur le président. Nous ne tolérons absolument pas ce genre de tactique. C'est une infraction criminelle : vous allez en prison. Nous avons un certain nombre d'enquêtes en cours.

J'ai dressé la liste d'une centaine de cas de cartel que nous avons résolus au cours des années. Je crois que cela figure dans notre site Web. Un grand nombre de ces cas concernaient le secteur agricole. J'en mentionnerai seulement quelques-uns. La lysine est un important ingrédient qui est largement utilisé pour l'élevage des porcs et des poulets. Cette substance a fait l'objet d'un cartel international. Nous y avons mis un terme. Les vitamines destinées à l'alimentation animale, les vitamines en vrac représentaient un cartel de 1 milliard de dollars. Nous y avons mis un terme et nous avons imposé de lourdes amendes. Par conséquent, lorsque nous sommes informés de situations anticoncurrentielles, nous les examinons.

Pour le moment, nous recevons un certain nombre de plaintes au sujet des différences de prix entre les États-Unis et le Canada et ces différences sont bien réelles. Pour prendre quelques-uns des secteurs où il y a des écarts de prix, il s'agit tout d'abord des téléviseurs, des livres, de l'essence, des produits alimentaires de toutes sortes tels que les poulets, la volaille, les produits laitiers, les légumes, les barbecues, l'électronique, les automobiles, les VTT et les bateaux. En fait, pratiquement tous les produits coûtent moins cher aux États-Unis. C'est le résultat de l'appréciation de 18 p. 100 du dollar canadien depuis le mois d'août. Les prix sont en train de diminuer, mais s'il y a la moindre preuve que ces écarts de prix entre le Canada et les États-Unis sont le résultat d'une conspiration, nous allons certainement examiner cela de près. Comme tous les produits sont actuellement moins chers aux États-Unis qu'au Canada depuis le mois d'août, j'ai un peu de mal à croire que tous les produits ont fait l'objet d'une fixation des prix et cela à notre insu. Il se peut toutefois que certaines personnes profitent des écarts dans les taux de change. Si c'est le cas, nous allons nous pencher sur la question. Et nous examinons certains cas pour lesquels nous avons des preuves.

● (0930)

**L'hon. Wayne Easter:** Toutefois, en ce qui concerne les engrais, le problème est qu'ils sont fabriqués à côté de Brandon, avec du gaz naturel canadien et de la main-d'oeuvre canadienne et qu'il coûte plus cher de les acheter au Canada qu'au sud de la frontière. Il y a quelque chose qui ne marche pas.

Ne pourriez-vous pas trouver une solution?

**Le président:** Monsieur Easter, votre temps est écoulé.

Je vais laisser Mme Bryanton répondre brièvement à vos questions.

**Mme Debra Bryanton:** Ce sera bref.

En ce qui concerne les déclarations fausses et trompeuses, la loi les interdit. Il faut bien comprendre ce dont le gouvernement tient compte lorsqu'il évalue une mention figurant sur une étiquette pour établir si elle est fautive et trompeuse. Pour faciliter les choses, notre *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments* précise comment nous interprétons les différentes déclarations qui apparaissent sur les étiquettes des produits alimentaires. Mais surtout, ce guide indique quelles sont les mentions visées par cette interdiction.

La politique actuelle à l'égard des déclarations « Fait au Canada » ne date pas d'hier. Elle n'a pas été examinée depuis les années 80. Les intérêts des consommateurs évoluent et nous voulons, bien entendu, pouvoir suivre cette évolution. Par conséquent, lorsque nous constatons que les intérêts des consommateurs ont changé au sujet de certaines questions, nous procédons à une révision de la politique en vigueur. Comme les consommateurs nous ont adressé des commentaires au sujet de l'étiquetage « Fait au Canada », nous sommes en train de réviser notre politique à cet égard.

[Français]

**Le président:** *Thank you.*

Monsieur Bellavance, vous disposez de quatre minutes.

**M. André Bellavance (Richmond—Arthabaska, BQ):** Merci.

Bonjour. On ne peut pas dire ça tous les jours au Parlement, mais je crois sincèrement qu'on va aboutir à quelque chose de concret dans ce dossier. La preuve, c'est qu'il semble y avoir une volonté politique, non seulement de la part du gouvernement mais de tous les partis à la Chambre des communes ainsi que des intervenants concernés, pour faire en sorte qu'on améliore la façon dont on étiquette les produits alimentaires. C'est peut-être naïf de ma part de

penser qu'on va réellement aboutir à un résultat satisfaisant pour tout le monde. J'ose y croire. Peut-être que je ne me serais pas présenté ici aujourd'hui ou que je ne me serais pas présenté en politique, si on ne pouvait pas changer des choses.

Il s'agit d'un dossier qui touche beaucoup les consommateurs, qui ont le droit de savoir ce qu'ils achètent, ce qu'ils consomment. Il y a tout l'aspect économique pour nos producteurs agricoles, afin que leurs produits soient bel et bien identifiés et que les gens puissent faire le choix éclairé de consommer un produit qui vient de chez eux. Il y a aussi tout le dossier de la sécurité alimentaire qui est lié à cet étiquetage.

Madame Bryanton, quand vous nous parliez tout à l'heure du discours du Trône, du budget, vous disiez que des gestes avaient été posés dans le domaine de la sécurité et de la salubrité alimentaires. J'aimerais savoir concrètement ce qui a changé. Cette semaine, il y avait une série d'articles — vous en avez sûrement pris connaissance dans le journal *La Presse* — dans lesquels où on nous présentait des dossiers faisant état de produits en provenance de l'étranger où on retrouve de la salmonelle, des bactéries, du verre, du métal et des désinfectants chimiques.

J'ai toujours considéré qu'on ne surveillait pas assez les produits qui entrent au Canada. Souvent, on a dit que l'utilisation de pesticides interdits au Canada devrait suffire à faire interdire l'entrée d'un produit cultivé ailleurs, même aux États-Unis. Ce n'est pas clair. Malheureusement, on n'a jamais appliqué cette règle à la lettre. Malgré ce que vous dites, il y a peut-être des vœux pieux qui ont été lancés par le gouvernement sur la salubrité et l'innocuité des aliments, mais j'ai l'impression qu'avec les saisies, les rappels... On retire des produits des tablettes. Récemment, c'était des cantaloups, des épinards, du jus de carotte, du jus de poire. Ce sont les exemples qui me viennent en tête. On a même eu des problèmes avec la nourriture pour animaux.

Je ne sais pas s'il y a eu une amélioration, mais j'aimerais vous entendre à ce sujet et savoir si concrètement on se dirige vraiment vers une inspection plus serrée des aliments qui entrent au pays.

● (0935)

[Traduction]

**Mme Debra Bryanton:** Merci.

Tout d'abord, le Canada bénéficie d'un approvisionnement en produits alimentaires qui figure parmi les plus sûrs au monde. Les systèmes d'inspection des aliments mis en place pour vérifier les mesures que prennent les fabricants et les importateurs de produits alimentaires reposent sur une évaluation des risques et les antécédents de l'entreprise si bien que, parfois, nous pouvons tenir compte des infractions qui ont été commises antérieurement.

En ce qui concerne le plan d'action pour la salubrité des aliments, comme on l'a dit, l'approvisionnement alimentaire est devenu plus complexe. Avec la mondialisation de cet approvisionnement, nous constatons que des nouveaux produits et des nouveaux ingrédients proviennent d'un grand nombre de pays. Également, les consommateurs canadiens exigent des produits nouveaux et différents. L'industrie et les gouvernements cherchent à répondre à la demande dans ce nouveau contexte en veillant à ce que les produits continuent d'être sûrs pour les Canadiens.

Il arrive parfois que nous constatons des problèmes dans l'approvisionnement alimentaire. Si ce n'était pas le cas, nous n'aurions pas besoin de l'ACIA. Lorsque nous constatons l'existence d'un problème, l'industrie canadienne et les importateurs travaillent avec nous pour y remédier rapidement.

De plus, nous travaillons en collaboration très étroite avec les autres gouvernements et si nous voyons qu'un produit alimentaire particulier pose un problème, nous collaborons avec les autres instances pour vérifier que les mesures voulues ont été mises en place pour éliminer les risques à la source.

Par conséquent, le plan d'action cherche à améliorer notre capacité d'intervention pour assurer la sécurité de l'approvisionnement alimentaire et il repose sur les rôles et les responsabilités des différents intervenants soit l'industrie, les gouvernements et les consommateurs. Notre plan d'action vise à mieux mettre en lumière les risques, à prendre des mesures ciblées pour atténuer ces risques, à travailler avec les gouvernements étrangers pour éliminer les risques à la source et à fournir davantage de renseignements aux consommateurs afin qu'ils puissent jouer un rôle dans la sécurité de l'approvisionnement alimentaire.

Par conséquent, il s'agit d'une annonce relativement récente et nous travaillons certainement très activement à l'élaboration d'un plan d'action qui permettra de réaliser certains objectifs fixés par le gouvernement.

[Français]

**M. André Bellavance:** Je comprends que les inspecteurs ne peuvent pas goûter tous les produits qui nous parviennent pour s'assurer qu'ils sont corrects. Cependant, j'estime que l'agence devrait avoir beaucoup plus de moyens d'inspection à la frontière canadienne, mais également sur le terrain, là où on achète des produits des pays étrangers. On devrait aller directement inspecter sur place, peut-être même faire des inspections surprises. On serait peut-être étonnés de voir comment les gens, dans d'autres pays, font la culture de certains produits.

Je vais vous poser une question. Elle s'adresse peut-être plus au Bureau de la concurrence et vous paraîtra peut-être bizarre, mais je veux comprendre la différence, dans votre esprit, entre un produit du Canada et un produit fabriqué au Canada. Expliquez-moi la différence d'interprétation entre les deux, s'il y en a une à votre avis.

[Traduction]

**Mme Andrea Rosen:** Notre législation n'oblige personne à utiliser l'une ou l'autre de ces deux expressions, mais si elles sont utilisées, il faut qu'elles soient exactes.

Entre ces deux expressions « Fait au Canada » et « Fabriqué au Canada », c'est la dernière qui est la plus précise. Du moment que l'entreprise qui fait cette déclaration peut démontrer que son produit a effectivement été fabriqué ici, qu'il répond aux exigences des 51 p. 100 et que sa dernière transformation a eu lieu au Canada, elle peut certainement utiliser la mention « Fabriqué au Canada » ou « Produit du Canada ».

[Français]

**M. André Bellavance:** Oui, et quelle est la différence par rapport à l'appellation « Produit du Canada »? Je vais vous dire ce que je comprends en français et ce que je considère qui devrait être fait. Un produit du Canada que quelqu'un achète, qu'il va manger — pas la bouteille, le liquide et le couvercle —, c'est un produit d'ici. Est-ce que je me trompe ou bien si, lorsque c'est inscrit sur un produit, c'est ce que ça veut dire?

**Mme Andrea Rosen:** Non, c'est tout à fait correct. On pourrait utiliser les termes « Produit du Canada ». J'entends beaucoup parler de nos jours, dans les dossiers qui paraissent dans les journaux, d'une volonté d'ajouter un autre terme qui veut dire produit du Canada. On est d'accord qu'on pourrait le faire, rien dans la législation ne nous empêche de le faire.

• (0940)

**M. André Bellavance:** Est-ce que le terme « Produit du Canada » veut dire cultivé au Canada? Dans le moment, lorsqu'on achète un produit où c'est inscrit sur l'emballage « Produit du Canada », est-on assuré que c'est cultivé ici, que cela vient d'ici?

**Mme Andrea Rosen:** Pas nécessairement. Il faut dire qu'en ce qui concerne les produits de la terre, ce n'est pas à nous de donner un avis, c'est à l'ACIA. Il serait donc préférable de poser cette question à Mme Bryanton.

**M. André Bellavance:** Dans le moment, qu'est-ce que ça veut dire?

[Traduction]

**Mme Debra Bryanton:** À l'heure actuelle, les principes que nous appliquons en ce qui concerne l'appellation « Produit du Canada » et « Fait au Canada » sont les mêmes que ceux que le Bureau de la concurrence applique, à Industrie Canada, pour les autres produits de consommation. La mention « Produit du Canada » peut figurer sur un produit même si les ingrédients alimentaires qu'il contient n'ont pas été cultivés au Canada. Notre politique actuelle le permet.

**Le président:** Merci beaucoup. Votre temps est écoulé.

Monsieur Miller.

**M. Larry Miller (Bruce—Grey—Owen Sound, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins qui sont venus aujourd'hui. Comme notre temps est limité, je vais essayer de poser des questions précises. Essayez, si possible, de répondre brièvement.

Une des principales choses dont nous parlons ici aujourd'hui est l'étiquetage des produits alimentaires et je suis tout à fait d'accord avec M. Bellavance et M. Easter à ce sujet. Le jus de pamplemousse que je bois chaque matin porte la mention « Produit du Canada ». Pourtant, je n'ai pas encore trouvé un seul endroit au Canada où l'on cultive des pamplemousses et il est donc évident qu'il y a là un sérieux problème.

Je voudrais surtout parler aujourd'hui de la Loi sur la concurrence, notamment en ce qui concerne le secteur alimentaire et les répercussions sur les consommateurs. Il n'y a aucun doute dans mon esprit — et je pense pouvoir parler au nom de tous les membres du comité qui étaient ici le printemps dernier lorsque nous avons eu une réunion à huis clos avec des épiciers indépendants et d'autres chefs d'entreprise — en ce qui concerne le contrôle qui s'exerce dans ce secteur.

Tout d'abord, comme l'a dit M. Easter, la Loi sur la concurrence est inefficace. Ou bien c'est parce que les personnes chargées de l'appliquer ne font pas leur travail — mais je ne dis pas que ce soit nécessairement le cas — ou bien leur mandat est trop vague. Quelque chose ne marche pas. Cette loi est inefficace.

Monsieur Taylor, j'a une question à laquelle vous-même ou n'importe qui d'autre pourra répondre. Croyez-vous qu'il est normal qu'un énorme conglomérat comme Loblaw's, Sobeys ou un autre oblige un petit fournisseur local à l'avoir pour seul client? Pensez-vous que c'est normal?



**M. Richard Taylor:** Monsieur le président, en vertu de la Loi sur la concurrence, ces ententes d'exclusivité posent un problème lorsqu'une entreprise exige l'exclusivité ou ne permet pas qu'un fournisseur fasse affaire avec qui que ce soit d'autre ou exige d'obtenir le prix le plus bas ou le même prix que celui qui a été consenti à quelqu'un d'autre. Ce genre de limitations verticales qu'un acheteur impose à un vendeur pose un problème aux yeux de la loi s'il s'agit d'une entreprise dominante.

Tout ce concept de domination est un élément qu'il est important de bien comprendre. Cela peut sembler injuste. Cela peut sembler...

**M. Larry Miller:** C'est ce qui se passe.

**M. Richard Taylor:** Bien entendu, c'est ce qui se passe, et nous le savons et nous recevons des plaintes à ce sujet. Mais la question de savoir si une entreprise est dominante, si vous voulez bien me laisser terminer...

**M. Larry Miller:** Oui, si vous le faites brièvement.

**M. Richard Taylor:** En ce qui concerne Loblaws, vous avez peut-être lu... Il y a un article de huit pages sur le sujet. Depuis 10 ans, nous entendons parler de la domination de Loblaws. C'était et c'est toujours la plus grosse chaîne de magasins d'alimentation du Canada. En fait, au sommet de sa gloire, sa part du marché moyenne à l'échelle nationale était environ 35 p. 100. Elle était légèrement supérieure en Ontario et au Québec, parce que Loblaws est moins présente dans l'Ouest. Si cette entreprise a une position dominante, par contre des articles de 10 pages ont été écrits pour essayer d'établir quelles sont ses faiblesses. Loblaws n'a pas réussi à profiter de sa domination pour augmenter ses prix comme le fait normalement une entreprise dominante.

Nous avons pour rôle de veiller à ce que les consommateurs continuent à obtenir des produits au meilleur prix. Lorsque nous examinons le taux d'inflation des prix des produits alimentaires et la rentabilité de Loblaws, nous constatons qu'elle n'a pas été rentable au cours des trois dernières années. Par conséquent, si elle impose sa domination, elle n'y réussit pas très bien.

**M. Larry Miller:** D'accord, je voulais seulement...

**M. Richard Taylor:** Sa part du marché est en train de diminuer au profit de chaînes comme Shoppers Drug Mart, Lawtons — qui s'est lancée dans l'alimentation — Zellers et Wal-Mart ainsi qu'un certain nombre de magasins locaux comme Farm Boy, à Ottawa, et Produce Depot. Tout ce marché a évolué depuis cinq ans, depuis l'époque où Loblaws semblait intouchable comme entreprise dominante sur le marché. C'est toujours une grande entreprise, mais elle n'est pas dominante selon nos critères.

● (0945)

**M. Larry Miller:** C'est discutable.

Ce dont je veux parler, et c'est là que les choses vont mal selon moi, c'est qu'il est important de fournir des bons produits aux consommateurs à des prix raisonnables, mais que le problème — et je pense que la Loi sur la concurrence a un rôle à jouer — est que, comme vous venez de le souligner, monsieur Taylor, nous cherchons tellement à fournir un produit bon marché que ceux qui le produisent n'obtiennent rien en échange ou pas suffisamment pour survivre. Ce n'est pas une bonne chose et nous devrions changer de cap.

Trouvez-vous normal que Loblaws ou Sobeys — je cite seulement ces exemples parce que ces sociétés sont très connues et non pas pour les critiquer — puisse faire payer à un fournisseur 100 000 \$ ou 250 000 \$ pour accepter de vendre ses produits? Répondez seulement oui ou non. Je veux seulement entendre votre réponse.

**M. Richard Taylor:** C'est acceptable si l'entreprise n'est pas dominante. Ce n'est pas un abus de position dominante. Si l'entreprise n'est pas dominante, ce n'est pas contraire aux lois canadiennes. Il y a un certain nombre d'autres entreprises en concurrence pour les produits de ce fournisseur. Le fournisseur qui doit verser 100 000 \$ à Loblaws pourrait aussi essayer de vendre ses produits à Wal-Mart ou à Farm Boy ou encore à Costco ou à une douzaine d'autres entreprises qui vendent des produits d'alimentation dans la plupart des villes.

**M. Larry Miller:** Si vous voyez les choses ainsi, je dirais que, premièrement, vous ne protégez pas vraiment les consommateurs, car ces frais sont transmis aux consommateurs et que, deuxièmement, cela nuit beaucoup à la survie des petites entreprises et c'est important.

Les grands grossistes...

**M. Richard Taylor:** Je dirais simplement que nous protégeons les consommateurs. C'est seulement en cas de position dominante. La domination s'accompagne d'une hausse de prix...

**M. Larry Miller:** Je comprends cela, monsieur Taylor. Je ne suis simplement pas d'accord, mais je ne veux pas m'étendre sur le sujet parce que nous manquons de temps.

Les grands grossistes mettent sur leur liste noire tout fournisseur qui vend à des épiciers indépendants et je sais que c'est vrai. C'est ce qu'ils font. Ils veillent à ce qu'aucun d'entre eux ne puisse s'approvisionner chez eux et les réduisent à la famine. Je pourrais vous donner des exemples, mais je ne veux pas perdre mon temps.

Ils ne permettent pas non plus aux magasins indépendants ou même à leurs propres magasins de vendre du boeuf produit dans la province. En Ontario, nous avons des règlements d'inspection des aliments parmi les plus rigoureux du pays, je pense. S'ils ne se classent pas au premier rang, ils en sont certainement très proches. Pourtant, ce n'est pas autorisé.

J'estime que c'est un moyen de contrôle supplémentaire, c'est-à-dire un monopole et si je me trompe, dites-le moi. Avez-vous quelque chose à dire à ce sujet?

**M. Richard Taylor:** Je fais mes achats chez Farm Boy et c'est une chaîne locale de Cornwall qui connaît beaucoup de succès, qui possède une dizaine de magasins et qui connaît une forte expansion à Ottawa. Je ne sais pas d'où vient son boeuf, mais c'est du boeuf canadien. Si elle avait de la difficulté à obtenir du boeuf, du poulet ou un autre produit important, cela poserait certainement un problème. À ma connaissance, Farm Boy n'éprouve pas de difficultés. La compagnie ne peut peut-être pas obtenir toutes les marques, mais elle arrive certainement à avoir un magasin bien rempli.

Prenez simplement l'exemple de Farm Boy. C'est une chaîne de magasins d'alimentation indépendante exploitée par une famille de Cornwall avec énormément de succès. Elle a maintenant 10 magasins. Elle semble pouvoir se procurer tous les produits voulus et avoir surmonté ces restrictions.

**M. Larry Miller:** Merci.

Je vais vous donner un exemple que je sais être exact. Un grossiste, que ce soit Loblaws ou National Grocers, vend des oeufs à un magasin indépendant pour 1,19 \$. C'est le coût du magasin. Désolé, non, le grossiste achète les oeufs à 1,19 \$ au producteur d'oeufs. Il les revend 1,69 \$ au magasin indépendant et les vend ensuite à perte, dans ses propres magasins, à 1,19 \$. Trouvez-vous cela normal?

**M. Richard Taylor:** Là encore, il s'agit de voir si l'entreprise qui vend les oeufs 1,19 \$ occupe une position dominante. Les lois canadiennes n'exigent pas que les entreprises qui ne sont pas dominantes dans des marchés concurrentiels... Nous ne surveillons pas les prix pour veiller à ce que chaque prix exigé permet de réaliser un bénéfice, surtout dans le secteur de l'alimentation où il peut y avoir 20 000 articles différents. Les commerçants gagnent de l'argent sur certains produits, beaucoup d'argent sur certains et moins sur d'autres.

Nous examinons deux critères. Premièrement, l'entreprise qui vend un produit en dessous de son prix de revient est-elle dominante? Deuxièmement, nous nous demandons si l'entreprise est rentable. L'important ce n'est pas qu'elle vende des oeufs à perte, mais c'est sa rentabilité globale.

Dans le secteur de l'alimentation, chacun sait que les commerçants... Ils ne gagnent pas d'argent sur certains produits essentiels comme le lait, le pain et les oeufs, notamment, de même que les dindes en période de fête. Ils ont l'habitude de vendre ces produits au rabais et en dessous de leur prix de revient.

• (0950)

**M. Larry Miller:** Il y a toutefois un élément à considérer. Ces entreprises ne perdent pas d'argent sur ces produits. Ce sont les magasins qui perdent de l'argent, monsieur.

**M. Richard Taylor:** Même si les magasins perdent de l'argent sur ces produits, ils peuvent se rattraper, car vous payez le Coca-Cola 7,99 \$ la caisse et vous payez peut-être vos carottes 3 \$ la livre ce qui veut dire que, sur un panier d'épicerie de 120 \$, ils vont réaliser une petite marge bénéficiaire qui est de 4 p. 100 ou 5 p. 100 dans le secteur de l'alimentation. Selon nous, la question est de savoir si ce panier d'épicerie est rentable.

**M. Larry Miller:** Je veux dire que...

**Le président:** Monsieur Miller, votre temps est écoulé.

Monsieur Bevington.

**M. Dennis Bevington (Western Arctic, NPD):** Merci, monsieur le président.

C'est avec plaisir que je siége au comité de l'agriculture. C'est un domaine que je ne connais pas très bien, mais je m'intéresse à ce qui se passe. J'ai l'impression que vous cherchez des nouvelles idées pour l'étiquetage des produits au Canada et je pense que c'est une excellente chose. Le comité mérite des félicitations. Les consommateurs cherchent constamment à obtenir de meilleurs renseignements et certains changements que nous avons constatés sont excellents et les gens en profitent.

Ma question est la suivante. En ce qui concerne l'étiquetage des produits au Canada, sommes-nous limités par nos accords commerciaux internationaux?

**Mme Andrea Rosen:** Certaines lois autres que la Loi sur la concurrence et la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation ont une influence sur l'étiquetage des produits. Les dispositions de l'ALENA concernant le pays d'origine ne sont pas de notre ressort et nous n'avons pas vraiment de précisions à ce sujet. En ce qui concerna la Loi sur la concurrence et la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, nous sommes mandatés pour faire appliquer ces lois.

**M. Dennis Bevington:** Pourriez-vous nous dire comment ces restrictions s'appliqueraient en vertu de l'ALENA?

**Mme Andrea Rosen:** Ce n'est pas de notre ressort. La notion de pays d'origine en vertu de l'ALENA ne repose pas sur les mêmes

principes que la Loi sur la concurrence ou la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation.

**M. Dennis Bevington:** Si cela se répercute sur l'étiquetage des produits, vous devriez certainement comprendre quel est l'effet de ses dispositions.

**Mme Andrea Rosen:** Je n'ai pas dit que cela avait des effets sur l'étiquetage. J'ai dit que certaines définitions du pays d'origine n'ont peut-être rien à voir avec l'étiquetage. Notre mandat porte sur l'étiquetage.

**M. Dennis Bevington:** Les consommateurs aimeraient savoir quelle distance un produit a parcouru. C'est maintenant une question très importante aux yeux de bien des gens. Ils veulent savoir si l'aliment qu'ils mangent a parcouru une faible distance afin qu'il s'harmonise au mode de vie qu'ils préfèrent, qui est un mode de vie vert ou écologique.

L'étiquette permettrait-elle de savoir d'où vient le produit et quel est son pays d'origine? Savez-vous si nos traités internationaux nous imposent des restrictions à cet égard?

**Mme Andrea Rosen:** Je vais seulement parler du point de vue de la Loi sur la concurrence en ce qui concerne les produits autres que les denrées alimentaires.

Je dirais que quiconque désire inclure ce genre de renseignements sur l'étiquette se conformera entièrement, si ces renseignements sont exacts, à la Loi sur la concurrence ou à la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation en ce qui concerne les produits non alimentaires.

**M. Dennis Bevington:** Les gens peuvent inscrire ce qu'ils veulent sur leur étiquette. C'est ce que nous leur demandons d'indiquer sur leur étiquette qui pose des problèmes au niveau des traités internationaux, n'est-ce pas?

**Mme Andrea Rosen:** C'est exact. Notre législation n'oblige personne à indiquer quoi que ce soit sur l'étiquette. Par conséquent, les fabricants ont parfaitement le droit d'inscrire ces renseignements à la condition qu'ils soient exacts et qu'ils ne donnent pas une impression trompeuse au consommateur.

**M. Dennis Bevington:** Par conséquent, le contenu canadien de 51 p. 100 exigé pour l'étiquetage « Fait au Canada » n'a rien à voir avec les traités internationaux.

• (0955)

**Le président:** Je pense que Mme Bryanton désire ajouter quelque chose.

**Mme Debra Bryanton:** Merci, monsieur le président.

Un étiquetage obligatoire tomberait sous le coup de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce. En vertu de cet accord, il faut que cette mesure réponde à un objectif légitime et qu'elle constitue le moyen le moins restrictif d'atteindre cet objectif légitime.

Bien entendu, ce dont nous parlons ici aujourd'hui c'est de l'étiquetage « Produit du Canada ». Il s'agit d'un étiquetage facultatif que l'industrie peut souhaiter apposer sur l'étiquette des produits alimentaires. Nos critères à cet égard tiennent compte de nos obligations, mais comme il s'agit d'une mesure facultative, cela ne tombe pas nécessairement sous le coup de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce. Il n'est pas obligatoire d'apposer l'étiquette « Produit du Canada » sur les produits.

**M. Dennis Bevington:** Par conséquent, ce n'est pas exigé, mais je pense que l'on souhaite une politique d'étiquetage permettant aux Canadiens d'obtenir directement l'information voulue. Il me semble très important que les Canadiens comprennent quelle est la nature du produit qu'ils achètent.

Mon collègue a fait une brillante remarque au sujet des pamplemousses. Nous voyons constamment des exemples de ce genre. On s'étonne parfois que des remarques puissent être aussi brillantes.

Je voudrais demander à l'Agence d'inspection des aliments si ses normes d'inspection, par exemple pour les fruits et les légumes, ont changé au cours des deux dernières années? Je sais que des lois ont été soumises au Parlement au sujet des pesticides. Ont-elles été mises en place et en quoi avons-nous modifié nos normes quant à la quantité et à la qualité des pesticides autorisés sur les fruits?

**Mme Debra Bryanton:** Les normes de salubrité des aliments sont établies par Santé Canada et, pour ce qui est des résidus de pesticides, par l'ARLA. L'ARLA examine constamment les données et les demandes d'homologation de pesticides et l'ACIA fait alors des vérifications pour s'assurer que les limites maximales de résidu ne sont pas dépassées. Nous avons donc un programme de surveillance très approfondi pour les résidus de pesticides et cela inclut les nouveaux pesticides qui sont homologués.

**M. Dennis Bevington:** Des dispositions modifiant les normes à l'égard des pesticides ont été soumises au Parlement il y a un certain temps. Sont-elles maintenant appliquées?

**Mme Debra Bryanton:** Je ne sais pas exactement de quel...

**M. Dennis Bevington:** Je suis peut-être sur la mauvaise voie.

**Mme Debra Bryanton:** Il s'agit peut-être d'un projet de loi relié à l'ARLA. Je ne suis au courant d'aucune loi récente concernant l'inspection.

**M. Dennis Bevington:** Oh, vous parlez de l'inspection...

**Mme Debra Bryanton:** Je ne suis au courant d'aucune nouvelle loi concernant l'inspection.

**M. Dennis Bevington:** Pour ce qui est de la capacité d'évaluer les produits, pourriez-vous nous dire de quelle façon les dispositions de l'ALENA ont modifié les critères d'inspection ces dernières années?

**Mme Debra Bryanton:** L'ALENA n'a pas modifié nos critères d'inspection. Nous travaillons en collaboration très étroite avec nos partenaires de l'ALENA en ce qui concerne la salubrité des aliments et les questions connexes. Nous le faisons pour améliorer notre système. Chaque fois qu'il est possible de coopérer avec nos partenaires de l'ALENA, nous pouvons le faire dans le cadre de certains de nos groupes de travail techniques. Toutefois, il n'y a eu aucun changement aux normes d'inspection résultant de ces discussions avec nos partenaires de l'ALENA. Nous nous contentons de tenir compte de nos discussions avec eux.

**M. Dennis Bevington:** Vous ne diriez pas que les exigences à l'égard des produits alimentaires ont été resserrées dans le cadre de l'ALENA.

• (1000)

**Mme Debra Bryanton:** Non, pas dans le cadre de l'ALENA. Les gouvernements de nos trois pays sont déterminés à assurer la salubrité des aliments et nos ministères de la Santé établissent des normes de salubrité en tenant compte des meilleures données scientifiques disponibles.

**M. Dennis Bevington:** Merci.

**Le président:** Votre temps est écoulé.

Monsieur Steckle, c'est à vous.

**M. Paul Steckle (Huron—Bruce, Lib.):** Bonjour. Je vous remercie encore une fois pour votre présence ici.

J'ai quelques questions à vous poser par l'entremise du président.

Je dirais d'abord qu'en ce qui concerne la dominance, le point de vue dominant au sujet des questions à l'étude est que, dans le cas de l'ACIA comme dans celui du Bureau de la concurrence, il y a de graves iniquités à corriger.

Ma première question concerne la véracité de la publicité. Vous reconnaissez que les annonces publicitaires doivent être véridiques. Je pense que nous serons d'accord là-dessus. En ce qui concerne les termes laitiers, comprenez-vous à quoi je fais allusion quand je parle des termes laitiers?

**Mme Debra Bryanton:** Oui.

**M. Paul Steckle:** Pourquoi l'ACIA, le ministère de la Santé et les autres organismes ont-ils tellement hésité devant notre comité, il y a deux ans, à mettre en pratique un projet de loi dictant quelles sont les termes laitiers à employer et obliger à les utiliser?

**Mme Debra Bryanton:** Merci, monsieur le président.

Je voudrais dire d'abord que nous travaillons en collaboration très étroite avec l'industrie et les consommateurs en ce qui concerne les renseignements figurant sur les étiquettes de produits alimentaires. Le secteur laitier a certainement communiqué régulièrement avec nous au sujet de l'utilisation des termes laitiers et, de façon plus générale, au sujet de la mention de certains ingrédients. L'ACIA a entrepris d'importantes consultations au sujet de la mention d'ingrédients, y compris des ingrédients laitiers et, bien entendu, le secteur laitier lui a adressé des suggestions à cet égard.

L'ACIA cherche à créer l'environnement voulu afin que lorsqu'un secteur, comme le secteur laitier, soulève une question au sujet de termes laitiers, nous l'examinions en tenant compte des autres denrées et des attentes des consommateurs.

**M. Paul Steckle:** Nous devenons trop laxistes. Sans vouloir vous interrompre, ou bien nous estimons que ces termes devraient être définis clairement et explicitement afin qu'ils soient bien compris... Lorsqu'une société comme Kraft met le comité au défi d'intervenir en adoptant les dispositions d'un projet de loi qu'elle considère comme une intrusion dans sa chasse gardée, lorsqu'elle menace de quitter le Canada, c'est ridicule; cela ne serait jamais arrivé, mais cette menace a eu son effet. Voilà le genre de pouvoirs que possèdent ces gens-là.

Quand on indique qu'il y a du beurre ou du fromage dans les ingrédients d'un produit il faudrait au moins réglementer la façon dont c'est mentionné, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. Et que fait-on pour y remédier?

Ce matin, nous avons parlé des mesures qui sont prises. M. Taylor a dit que son bureau prend des mesures lorsque c'est justifié. Nous appliquons parfois des lignes directrices plutôt que des principes juridiques et c'est pourquoi en cas d'infraction nous devons prendre des sanctions pécuniaires.

Je pense que, dans bien des cas, nous laissons les grands oligopoles et monopoles dominer la situation et c'est ce qu'ils font. C'est un leitmotiv que nous n'avons pas fini d'entendre. Je pourrais en parler longtemps.

Nous devons commencer à examiner ce que nous faisons et nous demander à qui incombe la responsabilité de modifier l'étiquetage. Si nous voulons apposer la mention « Cultivé au Canada », le produit doit avoir été cultivé au Canada. Il faudrait toutefois donner une description précise de ce qu'est un produit: « Cultivé au Canada ».

J'ai une autre question. La taxe d'accise sur le vin et les alcools entre-t-elle dans les 51 p. 100? Ce sont des taxes qui ne sont pas perçues à la fin, mais avant l'établissement du prix.

**Mme Debra Bryanton:** Pour ce qui est de la première question, j'essaie de m'en souvenir exactement. Je crois qu'elle portait sur les mesures prises pour faire appliquer les dispositions concernant...

**M. Paul Steckle:** Oui, ces dispositions existent. La publicité ne doit pas être trompeuse. Si Kraft ou d'autres enfreignent la loi, pourquoi ne prenons-nous pas des mesures contre eux? Je parle de Kraft parce qu'elle est indomptable.

**Mme Debra Bryanton:** D'accord. Ce qui avait été mis en lumière... nous avons tenu des consultations sur les mentions d'ingrédients. À la suite de ces consultations, nous cherchons à voir quelles sont les questions problématiques dans les différents secteurs et à corriger certains de ces problèmes.

En général, pour ce qui est de certains aspects de l'étiquetage autres que la santé et la sécurité, nous consacrons nos ressources à répondre aux plaintes. Lorsque nous constatons certains problèmes reliés à un secteur donné, nous cherchons surtout à améliorer l'application de la loi dans ce secteur.

En ce qui concerne votre deuxième question sur la façon dont les lois pourraient être modifiées en ce qui concerne l'étiquetage, comme toujours, lorsque le gouvernement envisage des modifications, cela fait l'objet de consultations et si les changements doivent se traduire dans la réglementation, nous modifions la politique réglementaire en conséquence. L'ACIA suit de très près la politique réglementaire canadienne pour tenir compte de tout changement qui pourrait être apporté à la loi.

En ce qui concerne la troisième question concernant la taxe d'accise, nous tenons compte du coût de production et non pas des taxes.

• (1005)

**Le président:** Votre temps est écoulé. Je vous rappelle à tous que nous en sommes à des tours de cinq minutes.

Monsieur Lauzon.

**M. Guy Lauzon (Stormont—Dundas—South Glengarry, PCC):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je désire souhaiter la bienvenue à nos invités. J'apprécie votre présence ici et je trouve cette discussion très intéressante.

Je crois devoir mentionner que grâce à la coopération entre beaucoup de gens, à commencer par nos agriculteurs, le Canada a la source d'approvisionnement alimentaire la plus sûre au monde. Nous avons parfois tendance à l'oublier. Cela ne veut pas dire qu'il n'est pas possible de l'améliorer, mais nous devons prendre conscience du fait que nous avons un excellent approvisionnement alimentaire, et de bonnes sources d'aliments. Lorsque je rentrerai dîner chez moi ce soir, j'ai de bonnes chances de ne pas être victime d'un empoisonnement alimentaire, car je sais que la qualité de nos aliments est sans pareil, du moment que je ne fais pas moi-même la cuisine, je suppose. Je crois que c'est ce que disait Brian.

L'étiquetage « Produit du Canada » vise à permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés. Je pense que nous sommes tous d'accord là-dessus. Quand je vais au supermarché, je veux pouvoir faire un choix éclairé afin de savoir ce que je consomme.

Une des bonnes choses qu'a faites le ministre de l'Agriculture, M. Ritz, est qu'il a fait réaliser, je crois, une étude approfondie de l'étiquetage « Produit du Canada ». Ai-je raison de le croire? Nous allons donc atteindre notre but. Nous allons régler une fois pour toutes la question de l'étiquetage des produits canadiens. C'est un pas dans la bonne direction.

Un autre pas a été pris dans la bonne direction lorsque le premier ministre a annoncé, il y a quelques mois, le plan d'action pour assurer la sécurité des produits alimentaires et de consommation. Madame Bryanton, les 114 millions de dollars dont vous avez parlé vont-ils en faire partie? Vont-ils servir à financer une partie de ce programme? D'accord.

Si j'ai bien compris, ce plan d'action vise à préserver et à renforcer la salubrité de l'approvisionnement alimentaire du Canada, c'est-à-dire non seulement à conserver ce que nous avons, mais à l'améliorer. Ai-je raison de le supposer?

Voici maintenant la question à un million de dollars: que s'est-il passé depuis décembre et où en sommes-nous maintenant?

**Mme Debra Bryanton:** En ce qui concerne le plan d'action comme tel, un document de discussion a été affiché dans le site Web canadiensensante.gc.ca en janvier, et il y a eu des consultations auprès de certains intervenants dans le cadre de la première phase de ce plan d'action qui consiste à examiner les mesures législatives requises pour soutenir certains objectifs. Les participants à ces consultations ciblées étaient des associations de producteurs, des groupes de consommateurs, des organisations de l'industrie et d'autres groupes d'intérêt public.

Quand ce document a été affiché dans le site Web Canadiens en santé, on a offert à tous les citoyens la possibilité de faire connaître leur opinion au sujet du document de discussion affiché dans le site Web et certaines des mesures qui étaient mentionnées. On est en train de compiler les résultats de ces consultations et ils seront affichés dans le site Web.

Également, on a demandé aux ministères intéressés de mettre sur pied des plans d'action pour atteindre les objectifs que le gouvernement a désignés et le gouvernement va sans doute prendre prochainement d'autres décisions à ce sujet.

● (1010)

**M. Guy Lauzon:** Le ministre a la réputation de consulter l'industrie. Ces consultations ont-elles donné des résultats importants? Les gens sont-ils prêts à participer? Donnent-ils leur opinion?

**Mme Debra Bryanton:** Les objectifs mentionnés dans le plan d'action ont été largement appuyés et des idées ont été avancées pour atteindre certains de ces objectifs. Certaines inquiétudes ont également été exprimées quant aux moyens de les atteindre. Néanmoins, le plan d'action a généralement reçu un très bon accueil.

D'autre part, Santé Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments ont rencontré des intervenants qui souhaitaient poursuivre les discussions au sujet des objectifs du plan d'action et du document de discussion et nous avons également reçu des commentaires très positifs à cette occasion.

**M. Guy Lauzon:** Vous avez mentionné Santé Canada et je vous en remercie, car cela me permet de passer au sujet suivant.

Voici ma question. Depuis le peu de temps que je siège au comité de l'agriculture et que j'ai travaillé avec le ministre de l'Agriculture, j'ai pu constater que le ministre et son collègue de la Santé doivent travailler en collaboration très étroite.

Quels sont les rapports avec l'ACIA? Travaillez-vous en collaboration étroite avec Santé Canada pour assurer la qualité et la salubrité de nos aliments? Quel genre de rapports avez-vous? Cela fonctionne-t-il? Peut-être pourriez-vous nous en parler un peu.

**Mme Debra Bryanton:** L'ACIA a des relations de travail très étroites avec Santé Canada de même que nos partenaires du portefeuille de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

Quand l'Agence canadienne d'inspection des aliments a été créée, il a été entendu que le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, ainsi que le ministre de la Santé, avaient tous les deux un rôle à jouer. Le ministre de la Santé établit les normes de salubrité alimentaire pour le Canada tandis que le ministre de l'Agriculture s'assure que l'industrie respecte les normes établies par Santé Canada. Comme ces rôles sont très clairs, nous travaillons en collaboration très étroite avec Santé Canada qui élabore les normes pendant que nous cherchons des moyens de vérifier avec quelle efficacité l'industrie respecte les normes établies par Santé Canada.

Nos relations de travail sont donc très étroites.

**Le président:** Merci beaucoup.

[Français]

Monsieur Gaudet, vous disposez de cinq minutes.

**M. Roger Gaudet:** Merci, monsieur le président.

Ma question s'adresse à vous, madame Bryanton, parce que vous n'avez pas répondu à la question sur la salubrité des aliments.

Au Québec et au Canada, l'inspection des aliments est très bonne. Ce n'est pas là ce qui m'inquiète. Dans les journaux québécois — je ne sais pas ce qu'il en est ailleurs au Canada —, on pouvait lire la semaine dernière que seulement 2 p. 100 des aliments importés au Canada étaient inspectés.

Comment se fait-il que les produits des États-Unis, du Brésil et d'ailleurs entrent abondamment chez nous, alors que ces pays ont le droit d'utiliser des pesticides, des fongicides et des herbicides et qu'on ne nous le permet pas au Canada?

Que faites-vous dans tout cela? Notre système est salubre à 100 p. 100. Je ne crains pas de manger quelque aliment produit au Québec ou au Canada, parce que je suis certain qu'ils sont bons. Nos producteurs ont suffisamment d'inspecteurs et d'agronomes sur le dos pour cela.

Comment se fait-il qu'on n'inspecte pas les aliments qui viennent d'ailleurs? Cela m'enrage parce que ça me donne l'impression que les aliments qui viennent d'ailleurs sont insalubres. Quel est votre responsabilité dans cela? Ne me parlez pas de Santé Canada. C'est bien de dire qu'il y a des plans d'action, mais cessons d'en faire et agissons. On est maintenant en 2008. Il faut cesser de faire des plans d'action. Vous êtes au courant des problèmes.

J'aimerais que vous répondiez à cette question.

[Traduction]

**Mme Debra Bryanton:** Merci, monsieur le président.

Comme le député l'a souligné, les provinces canadiennes ont également joué un rôle très important en ce qui concerne la salubrité et l'inspection des aliments, car le gouvernement fédéral et les provinces se partagent la responsabilité de la salubrité des aliments. Et nous en félicitons les provinces.

Pour ce qui est des produits alimentaires importés, c'est bien entendu du ressort du gouvernement fédéral. Les mesures que nous avons mises en place visent à s'assurer que les aliments importés répondent aux normes canadiennes, tout comme nous nous assurons que l'industrie canadienne répond elle-même à ces normes.

Ces programmes d'importation se fondent sur l'évaluation des risques. Les risques peuvent être associés à certains pesticides ou agents microbiens. Ils peuvent être associés à un produit alimentaire particulier ainsi qu'à la quantité de produit, et nous pouvons également tenir compte de l'origine de la marchandise lorsque nous procédons à l'évaluation des risques.

Nous surveillons un grand nombre de produits dans le cadre de nos programmes de surveillance des résidus de pesticides. Nous prélevons des centaines de milliers d'échantillons, et cela vise aussi bien les importations que les produits canadiens. Le taux d'observation est très élevé. En ce qui concerne les résidus de pesticides dans les aliments importés au Canada, les normes sont respectées dans une très large mesure.

Si la présence d'un résidu de pesticide est constatée dans un produit alimentaire, par exemple, nous faisons un suivi. Nous travaillons avec Santé Canada pour établir si cela pose des risques pour la santé. Si c'est le cas, nous prenons les mesures de suivi qui s'imposent et cela peut inclure le rappel du produit en question.

Lorsque nous trouvons un résidu de pesticide qui pose un risque, nous faisons également un suivi auprès de l'importateur et, souvent, dans le pays d'origine. Par conséquent, si un produit importé pose un problème, nous contactons sans aucun doute l'importateur, car les importateurs sont responsables des marchandises qu'ils font venir au Canada. Mais nous pouvons également contacter le gouvernement étranger pour nous assurer qu'il est également au courant du problème et qu'il prend des mesures pour que le produit soit conforme à la loi canadienne.

Il est souvent question de pesticides qui ne sont pas autorisés au Canada. Il faut bien comprendre la différence entre un pesticide qui n'a pas été homologué par l'ARLA, l'Agence de réglementation de la lutte antiparasitaire, et un produit qui a été interdit, autrement dit, qui a été évalué et jugé dangereux. Si un pesticide ou un médicament vétérinaire a été jugé dangereux, nous agissons rapidement. Nous prenons alors des mesures énergiques. Si un produit n'a pas encore été évalué, la Loi et les règlements sur les aliments et drogues prévoient un niveau par défaut de 0,1. Nous évaluons le produit en fonction de ce niveau par défaut.

Lorsque nous constatons un problème...

•(1015)

[Français]

**M. Roger Gaudet:** Arrêtez, vous êtes en train de me raconter une histoire. Ce n'est pas cela.

Revenons un peu en arrière et parlons du plomb qu'on a trouvé à Noël dans les jouets. Il ont été renvoyés en Chine. Il n'a pas été question de faire un essai. Vous savez qu'il y a, dans les produits importés, des pesticides, des fongicides et des herbicides qu'on n'a pas le droit d'utiliser au Canada. Vous n'avez qu'à fermer la porte à ces produits, c'est tout. On a des produits canadiens et québécois et on n'arrive même pas à les vendre chez nous parce qu'on importe des produits de la Chine et des États-Unis qui ne sont pas mangeables.

Que faites-vous? C'est ce que je me demande. Une autre centaine de millions de dollars vont s'en aller chez vous. Il n'y a aucune sécurité alimentaire qui vienne de l'extérieur. En tout cas, jusqu'à maintenant, vous ne m'avez pas prouvé que l'Agence canadienne d'inspection des aliments fait un bon travail.

Je suis député depuis cinq ans, et on vous répète la même chose depuis cinq ans. C'est la troisième fois que je viens au Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire, et en cinq ans, ça n'a pas changé. Comment cela se fait-il?

C'est comme pour l'Agence de réglementation de la lutte antiparasitaire (ARLA). On va devoir vous mettre dehors et engager quelqu'un d'autre. En tout cas, personnellement, je ne suis pas satisfait de l'Agence d'inspection des aliments, surtout pas de l'inspection des produits étrangers. On est sévère pour les produits canadiens. Plus sévère que cela, on tombe mort. Quand on importe des produits étrangers, ce n'est pas grave, c'est le libre-échange. Arrêtons de parler de libre-échange et défendons-nous, afin que nos produits soient bons et que les produits qu'on mange le soient aussi.

Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci beaucoup.

[Traduction]

Madame Skelton, la parole est à vous.

**L'hon. Carol Skelton (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC):** J'ai là un renseignement très intéressant. M. Miller a parlé de son jus de pamplemousse et je vois que selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, sur une période de quatre ans, nous avons importé de Chine

pour environ 111 millions de dollars de jus de pommes sous forme de concentré non fermenté et non sucré.

Lorsque j'ai rencontré des producteurs de pommes cette année, j'ai constaté qu'ils obtenaient moins de 5 ¢ par pomme. Une sucette coûte plus cher. Nous importons tout ce jus et tout ce concentré de Chine alors que nos producteurs n'arrivent pas à gagner leur vie. Ils perdent leurs vergers.

M. Miller a souligné que le jus de pamplemousse portait la mention « Fait au Canada » alors que les pamplemousses ne poussent pas chez nous. Cela m'ennuie beaucoup, car je vois nos producteurs perdre leurs marchés pendant que nous importons des produits alimentaires en disant aux Canadiens qu'ils sont « faits au Canada » ou qu'il s'agit d'un « produit du Canada ».

Si vous dites que, selon les lignes directrices, c'est 51 p. 100 du coût total, pourquoi ne pas dire que ce doit être 51 p. 100 du contenu canadien total? Pourquoi ne pouvons-nous pas le faire?

•(1020)

**Mme Debra Bryanton:** Tel qu'indiqué dans le plan d'action, nous avons pris bonne note des préoccupations et des attentes des Canadiens et le gouvernement s'est engagé à réexaminer les dispositions visant l'étiquetage « Produit du Canada » pour les produits alimentaires. Ce genre de considérations entrera certainement en ligne de compte dans l'examen de cette politique.

**L'hon. Carol Skelton:** Combien de mentions « Fait au Canada » et « Produit du Canada » vérifiez-vous, selon quelle fréquence et combien d'inspecteurs avez-vous pour vérifier ces déclarations? Avez-vous des chiffres?

**Mme Debra Bryanton:** Non, nous n'avons pas de chiffres à ce sujet. Je peux toutefois vous dire que nous recevons un bon nombre de plaintes des consommateurs au cours d'une année.

En ce qui concerne les plaintes concernant l'étiquetage « Produit du Canada », nous en avons reçu très, très peu au fil des ans, probablement moins d'une par année. Bien sûr, plus récemment, nous avons reçu beaucoup de courrier au sujet de l'étiquetage « Produit du Canada » et les consommateurs ont fait valoir que cet étiquetage n'indiquait pas nécessairement que l'aliment en question était d'origine canadienne.

**L'hon. Carol Skelton:** Nous avons parlé de la salubrité de notre alimentation et le Canada, ou du moins l'ACIA, fait des tests pour l'ESB. Nos règlements sont-ils plus rigoureux que ceux des États-Unis?

**Mme Debra Bryanton:** En ce qui concerne...

**L'hon. Carol Skelton:** Les tests effectués sur nos produits. Si vous vous êtes penchée sur la question, nos règlements sont-ils plus rigoureux que ceux des États-Unis, selon vous?

**Mme Debra Bryanton:** Je ne pense pas pouvoir vous dire s'ils sont plus rigoureux. Nous sommes convaincus que notre réglementation nous place au moins sur un pied d'égalité avec notre partenaire commercial.

**L'hon. Carol Skelton:** Vous n'avez pas de chiffres quant au nombre de lettres que vous avez reçues au sujet de la mention « Fait au Canada » ou « Produit du Canada »?

**Mme Debra Bryanton:** Nous avons des chiffres au sujet de la correspondance que nous avons reçue récemment des consommateurs qui s'inquiètent au sujet de la mention « Produit du Canada ».

**L'hon. Carol Skelton:** Pouvons-nous obtenir ces chiffres?

**Mme Debra Bryanton:** Oui.

**L'hon. Carol Skelton:** Allez-vous les fournir au comité?

**Mme Debra Bryanton:** Oui. J'ai posé la question avant de venir ici. Nous avons reçu un peu plus de 200 lettres concernant la mention « Produit du Canada ». Cela ne vous semblera peut-être pas beaucoup, mais en ce qui concerne l'étiquetage, nous recevons régulièrement des lettres des consommateurs à ce sujet. Ce chiffre est certainement plus important que le nombre de lettres que nous avons reçues jusqu'ici au sujet de l'étiquetage « Produit du Canada ».

**L'hon. Carol Skelton:** Vérifiez-vous certains produits plus que d'autres et certaines entreprises plus que d'autres?

**Mme Debra Bryanton:** Non, nous n'avons pas ciblé des produits de secteurs particuliers suite aux plaintes des consommateurs.

**L'hon. Carol Skelton:** Vous n'examinez pas les listes des importations de toutes les entreprises qui importent beaucoup pour voir ce qui se passe de ce côté-là?

**Mme Debra Bryanton:** Non, pas en ce qui concerne l'étiquetage « Produit du Canada ».

**Le président:** Madame Skelton, votre temps est écoulé.

Je dois dire aux membres du comité qu'après notre étude du CSA, cet été, nous avons envoyé au bureau du ministre une lettre demandant des renseignements complémentaires au sujet des importations et l'utilisation qui est faite de ces produits au Canada. Le Canada ne recueille aucune de ces données. Une fois qu'un produit traverse la frontière nous ne savons pas si c'est pour être transformé de nouveau, être vendu directement au détail ou être réexporté. Aucune de ces données n'entre en ligne de compte. Ces données ne sont tout simplement pas recueillies.

Par conséquent, nous ne pourrions pas obtenir ces renseignements à moins d'essayer de les recueillir nous-mêmes. Mais je ne suis pas certain que ces chiffres soient disponibles... Il faudrait faire une enquête auprès de chaque entreprise qui importe des produits de l'étranger et qui les transforme en « produits du Canada » ou en produits « faits au Canada ». Nous n'avons sans doute pas les moyens nécessaires pour entreprendre une étude aussi importante.

• (1025)

**M. Larry Miller:** Monsieur le président, pourrais-je avoir une précision au sujet d'une chose que Mme Bryanton a dite?

**Le président:** Très rapidement, monsieur Miller.

**M. Larry Miller:** Oui.

Vous avez parlé de 200 lettres. C'était en l'espace d'une semaine, d'un mois ou de quelle période?

**Mme Debra Bryanton:** C'était au cours de l'été 2007.

**M. Larry Miller:** C'est donc sur une période de deux ou trois mois.

**Mme Debra Bryanton:** Sur environ six mois.

**M. Larry Miller:** Merci.

**Le président:** Monsieur St. Amand.

**M. Lloyd St. Amand (Brant, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vous remercie, mesdames et monsieur, pour votre présence ici et pour vos exposés convaincants.

Nous avons entendu de nombreux exemples, mais comme je veux que M. Bevington me trouve brillant, mon exemple est le suivant: quand j'achète des grappes de raisins, il est très clairement indiqué qu'ils viennent de Californie ou que c'est un « Produit de Nouvelle-Zélande », par exemple. Quand j'achète du jus de raisin fait avec du raisin provenant de je ne sais où, ce jus peut porter la mention « Fait au Canada » ou « Produit du Canada », même si le raisin vient de Californie, de Nouvelle-Zélande ou d'un autre pays.

C'est bien le cas, n'est-ce pas?

**Mme Debra Bryanton:** Oui.

**M. Lloyd St. Amand:** Nous sommes donc d'accord, je pense, pour dire que l'étiquetage « Produit du Canada » ou « Fait au Canada » est trompeur ou induit en erreur. Il serait plus exact, bien entendu, de dire « Fait partiellement au Canada » ou « Produit du Canada dans une certaine mesure » ou quelque chose de ce genre.

Comment ce chiffre de 51 p. 100, ce chiffre très arbitraire a-t-il été établi? Qui a décidé et comment a-t-on décidé que, même si l'emballage est le seul élément fait au Canada, cela vaut 51 p. 100?

**Mme Debra Bryanton:** Comme je l'ai déjà dit, les lignes directrices concernant l'étiquetage « Produit du Canada » existent depuis les années 80. Étant donné mon jeune âge, je n'ai pas participé aux consultations à l'époque, mais...

**M. Lloyd St. Amand:** Si vous l'ignorez, très bien. Vous ne le savez pas.

**Mme Debra Bryanton:** Non. J'allais toutefois vous dire que le Bureau de la concurrence est peut-être mieux renseigné sur l'historique de ces dispositions.

**M. Lloyd St. Amand:** Très bien.

**Mme Andrea Rosen:** J'aimerais pouvoir dire que j'étais là, mais moi non plus, ou du moins je n'ai pas participé à ce projet.

Premièrement, je dirais qu'au départ, la question dont le Bureau de la concurrence a été saisi n'était pas une question d'étiquetage, mais de publicité trompeuse. Par conséquent, quelqu'un aurait pu déclarer, sous n'importe quelle forme, qu'un produit était « Fait au Canada ».

À l'époque, la Loi sur la concurrence était une loi criminelle qui ne contenait pas de dispositions civiles. D'autre part, nous n'étions pas mandatés pour les produits autres que les denrées alimentaires...

**M. Lloyd St. Amand:** Désolé de vous interrompre.

Vous pouvez répondre par la négative ou refuser de répondre. Seriez-vous d'accord pour dire que 51 p. 100 ne devrait plus être considéré comme le pourcentage approprié?

**Mme Debra Bryanton:** Lorsque les lignes directrices ont été établies, elles ont dû faire l'objet de consultations intensives. En tant qu'agents du gouvernement, nous ne tirons pas nos propres conclusions à ce sujet. Lorsque nous tenons des consultations, nous entendons certainement entendre l'opinion de nombreux Canadiens.

**M. Lloyd St. Amand:** Très bien.

Je pourrais peut-être m'adresser à l'un de vous au sujet de l'abus de position dominante. J'ai l'impression qu'au Canada la distribution des produits alimentaires est de plus en plus entre les mains d'un nombre de plus en plus limité de sociétés. D'après ce que vous avez publié, il y a maintenant quatre sociétés qui se partagent 75 p. 100 du marché de l'alimentation au détail au Canada. Ce phénomène existe donc bel et bien. Il y a certainement des fusions. Et je crois que la Commissaire de la concurrence est chargé de mener des enquêtes en vertu de la loi, etc. Je voudrais savoir à quel point la commissaire est occupée?

• (1030)

**M. Richard Taylor:** La Commissaire de la concurrence dirige un certain nombre de sections. Nous avons parlé des cartels. Nous sommes très occupés du côté des cartels. Il s'agit des ententes entre concurrents. Les cartels sont à l'origine de toutes les lois antitrust dans le monde. C'est la première mesure qui a été prise au Canada, il y a plus de 100 ans, pour empêcher les entreprises de s'entendre sur les prix. Nous y consacrons donc une bonne partie de nos ressources.

Nous consacrons également une bonne partie de nos ressources à l'examen des fusions. Il y a des centaines de fusions par année. Nous voulons veiller à ce qu'elles ne mènent pas à des niveaux de concentration tels que les prix augmentent pour les consommateurs.

Je comprends ce que vous voulez dire. En fait, il y a 100 ans, nous avions 30 ou 40 fabricants d'automobiles en Amérique du Nord, parce que c'était rentable. Nous sommes tombés à 10. McLaughlin, à Oshawa, a fait faillite parce qu'il n'était pas rentable de produire 500 automobiles par an.

Nous avons pour rôle de promouvoir l'adaptabilité et l'efficacité, mais sans permettre une concentration telle que les prix de détail augmentent. Si nous prenons l'indice des prix de l'alimentation au détail entre 1998 et 2006, il a augmenté de 2,1 p. 100. L'index général de l'inflation a enregistré une hausse de 2,3 p. 100.

Par conséquent, je comprends ce que vous voulez dire, mais je dirais que cela n'a pas eu d'effets pernicieux pour les consommateurs sur le plan de la qualité, du choix ou du prix.

**Le président:** Votre temps est écoulé, monsieur St. Amand. Désolé.

**M. Lloyd St. Amand:** Puis-je poser une question de plus?

**Le président:** Une question très brève.

**M. Lloyd St. Amand:** En ce qui concerne les effets pernicieux, la part du prix des aliments qui revient à l'agriculteur, au producteur canadien, a diminué depuis 1988. Est-ce bien exact?

**M. Richard Taylor:** Je ne sais pas. Je n'ai pas ces chiffres.

La Loi sur la concurrence vise surtout à préserver les marchés concurrentiels pour les consommateurs. Telle est notre mission. C'est notre raison d'être.

**M. Lloyd St. Amand:** Mais c'est fonction des prix et non pas des dépenses, bien entendu.

**M. Richard Taylor:** Non. Vous avez raison.

**M. Lloyd St. Amand:** Merci.

**Le président:** Monsieur Storseth, la parole est à vous.

**M. Brian Storseth (Westlock—St. Paul, PCC):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je voudrais faire suite à certaines questions.

Il est très important que notre comité essaie de trouver la réponse à certaines des questions qui ont été soulevées au cours de nos discussions d'aujourd'hui, alors pardonnez-moi si je vous interromps. J'essaie d'obtenir le maximum de réponses, car je dois dire que les agriculteurs et les producteurs que nous représentons tous autour de cette table estiment qu'ils n'obtiennent pas les résultats qu'ils devraient obtenir du Bureau de la concurrence.

Nous devons établir si le problème se situe de votre côté ou du côté de la loi qui vous empêche de faire ce qu'il faudrait faire.

J'ai l'impression, monsieur Taylor, que vous parlez...

Premièrement, venant d'une région rurale, je n'apprécie pas que vous disiez que les automobiles, les téléviseurs, les barbecues et les autres articles produits aux États-Unis coûtent moins cher et que vous fassiez la comparaison avec le coût des engrais. Comme M. Easter l'a dit très clairement, ce qui coûte le plus cher pour fabriquer l'engrais, c'est le gaz naturel. En 2005-2006, le prix du gaz naturel a été au niveau le plus bas que nous ayons enregistré depuis de nombreuses années. Dans ma circonscription, nous avons une usine d'engrais, Agrium, et mes producteurs paient parfois les engrais deux fois ou trois fois plus cher que les producteurs des États-Unis. Cela ne se compare pas aux barbecues et aux téléviseurs.

Je ne veux pas vous chercher querelle. Je désire vous demander une chose. Il semble que les deux éléments réunis ici soient la domination et la rentabilité, comme vous l'avez dit vous-même.

**M. Richard Taylor:** C'est la domination en matière de prix. La rentabilité n'est pas nécessairement un indice de domination, mais cela peut en être un.

**M. Brian Storseth:** Dans la réponse que vous avez donnée à M. Miller, vous avez clairement mentionné la rentabilité de Loblaw's et le fait qu'elle n'est plus dominante.

**M. Richard Taylor:** Je dirais que si elle est dominante et si elle a un monopole, elle ne l'exerce pas de façon très efficace.

• (1035)

**M. Brian Storseth:** Ne reconnaissez-vous pas, comme vous l'avez dit vous-même, que du moment que trois entreprises représentent chacune moins de 35 p. 100 du marché, elles n'ont pas nécessairement une position dominante, mais si l'on tient compte de la rentabilité... Je veux dire que M. Easter, M. Steckle et M. St. Amand pourraient avoir la haute main sur toute la production alimentaire du pays, mais du moment que l'entreprise de Wayne n'était pas rentable au moment où il a acheté les autres... Lorsque les entreprises prennent de l'expansion et absorbent d'autres sociétés, il arrive souvent qu'elles ne soient pas rentables.

Il semble que nous ayons mis en place un système qui se contente de réagir si nous attendons que le problème soit évident pour chercher à y remédier. Êtes-vous d'accord avec moi?

**M. Richard Taylor:** La rentabilité de Loblaw's est peut-être due ou non à ses propres erreurs, à l'arrivée de Wal-Mart, à la croissance de Costco ou à toutes sortes d'autres facteurs qui changent la dynamique de notre secteur de la vente au détail et de la distribution des produits alimentaires.



Selon le Centre George Morris, qui est le principal expert indépendant de l'agro-industrie, il fait peu de doute que la marge bénéficiaire des magasins d'alimentation du Canada a nettement diminué depuis 1999. Cela ne correspond pas à un marché dominé. Cela correspond à un marché qui devient plus concurrentiel et non pas l'inverse.

**M. Brian Storseth:** Merci beaucoup.

Il suffit de voir ce qui se passe sur les marchés boursiers et dans ces industries pour savoir que ce secteur est cyclique, ce qui joue parfois un rôle aussi important que le reste en ce qui concerne sa rentabilité.

J'aimerais une réponse directe au sujet de l'étiquetage « Produit du Canada ». C'est facultatif. Qu'est-il permis de dire exactement? Avez-vous le droit de dire que c'est fait au Canada, produit au Canada ou cultivé au Canada? Quelles sont les restrictions?

**Mme Debra Bryanton:** Le guide ne dicte pas à l'industrie ce qu'elle doit dire. Il lui fait savoir qu'une déclaration doit être véridique et non pas trompeuse et qu'elle doit guider le consommateur.

**M. Brian Storseth:** Si la déclaration n'est pas fausse, c'est acceptable. Par conséquent, vous pouvez dire que c'est approuvé par le Canada ou quelque chose de ce genre, du moment que c'est vrai. Mes concitoyens et les consommateurs sont-ils censés se rendre à l'épicerie accompagnés de leur avocat pour savoir à quoi s'en tenir? C'est une question très réaliste. Cela semble élémentaire.

Selon M. St. Amand, nous avons besoin de plus d'avocats. Je n'en suis pas certain, mais cela me semble très trompeur. Est-ce ce que dit cette loi? Est-ce la politique de l'ACIA?

**Mme Debra Bryanton:** La loi indique seulement qu'il est interdit de faire des déclarations fausses et trompeuses. Le guide indique quelle est la politique actuelle à l'égard des déclarations qui sont souvent faites par l'industrie et si elles sont conformes à la loi.

On a posé une question tout à l'heure au sujet du guide et des critères qui ont été examinés à l'époque. Nous en avons discuté au sein de notre section et il semble qu'au moment où cette politique a été établie, il y avait aussi une initiative politique plus vaste pour promouvoir l'achat de produits canadiens. Certains des objectifs visés à l'époque n'étaient peut-être pas les mêmes que ceux d'aujourd'hui. Voilà pourquoi nous révisons assez régulièrement les lignes directrices concernant l'étiquetage, car cela répond aux besoins des consommateurs et tient compte des déclarations que le consommateur pourrait juger fausses et trompeuses.

**Le président:** Très bien. Votre temps est écoulé.

Monsieur Easter.

**L'hon. Wayne Easter:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Taylor, quand M. Miller a posé des questions tout à l'heure et que vous avez parlé de Loblaws, vous avez répondu, je crois, que vous voulez veiller à ce que les consommateurs obtiennent le meilleur prix. Mais là où nous avons un problème... et pour expliquer ce que je veux dire, je vais prendre un exemple dans lequel nos producteurs sont dans la même situation que les épiciers indépendants.

Quelqu'un du côté conservateur a également mentionné les grandes chaînes. Les épiciers indépendants ont comparu devant le comité et ils avaient tellement peur qu'on les oblige à fermer leurs portes que nous avons dû tenir cette séance à huis clos. Le seul qui a pu parler en public était le directeur général de l'organisation dont le siège est à Toronto. Si ces indépendants ne se fournissent pas à

l'entrepôt de la chaîne, ils sont lourdement pénalisés. Voilà pourquoi vous ne voyez pas de produits locaux de l'Ontario ou de la Nouvelle-Écosse dans certains magasins qui font partie d'une chaîne, car ils seraient pénalisés, même s'ils portent le nom d'épiciers indépendants.

Dans votre description de Loblaws... Oui, il faut obtenir les meilleurs prix, mais les épiciers indépendants sont soumis à d'autres restrictions et cela n'augmente pas la concurrence. En fait, je pense que cela cause de graves problèmes.

Nous avons la même chose au niveau de la ferme. Le Bureau de la concurrence est axé sur les prix à la consommation. Mais il y a dans le système d'autres joueurs qui ne sont pas concurrentiels parce qu'ils exercent une domination sur le marché, et cela sans rapport avec la question des prix. C'est à ce problème qu'il faut s'attaquer afin que le Bureau de la concurrence travaille pour nous et, je pense, pour les épiciers indépendants.

• (1040)

**Le président:** C'est la deuxième fois que cela se produit aujourd'hui. Ce qui se passe à huis clos doit rester à huis clos.

**L'hon. Wayne Easter:** Non, ils savent que nous nous sommes rencontrés. Aucun nom n'a été cité. Les épiciers indépendants ont dit qu'ils étaient à cette réunion.

**Le président:** Du moment que cela a été dit en dehors de la réunion. Je veux seulement vous avertir que vous ne pouvez pas en parler.

**L'hon. Wayne Easter:** Ce n'est pas un problème, monsieur le président.

Je désire soulever une autre question avec vous au sujet des rapports entre le Bureau de la concurrence et le secteur agricole. Êtes-vous au courant des ventes liées que font les fabricants d'engrais ou d'autres entreprises? Je vais conclure un contrat avec Cavendish Farms, qui se trouve dans ma province, pour la pomme de terre. Pour que j'obtienne le contrat, il faut que je lui achète de l'engrais, des herbicides ou des pesticides, ou obtenir un crédit commercial. C'est donc une vente liée et je finis sans doute par déboursier plus d'argent. Le Bureau de la concurrence est-il au courant de l'existence de ce problème?

**M. Richard Taylor:** Oui, et nous recevons régulièrement des plaintes à ce sujet. Nous examinons ces plaintes sérieusement et j'exhorte toute personne qui a à se plaindre... Il y a un certain nombre d'années, nous avons reçu une plainte contre Monsanto qui reliait ses ventes de canola à l'herbicide Roundup Ready. Les semences n'étaient absolument pas touchées par cette marque d'herbicide. Malheureusement, c'était un produit breveté et la Loi sur la concurrence ne peut pas l'emporter sur un brevet. Monsanto a donc eu gain de cause.

Nous examinons toutefois la question des ventes liées; c'est un de nos principaux sujets d'examen. Si nous recevons des plaintes, nous enquêtons.

**L'hon. Wayne Easter:** Pour ce qui est de ma première question, voyez-vous ce que je veux dire, les difficultés que nous éprouvons à obtenir l'aide du Bureau de la concurrence, pour prendre l'exemple de l'épicerie?

Quels changements faudrait-il apporter pour que le Bureau de la concurrence puisse travailler pour nous?

**M. Richard Taylor:** Je comprends certainement le problème et c'est une question qui préoccupe beaucoup tous les Canadiens ainsi que le bureau. Nos agriculteurs, qui sont très respectés dans l'ensemble du pays et qui produisent les meilleurs aliments au meilleur prix, sont en difficulté. Cela nous préoccupe.

La question est celle des moyens d'intervention dont dispose le bureau étant donné que notre loi se rapporte au pouvoir commercial et que nous avons pour rôle de veiller à ce que ce pouvoir ne soit pas excessif afin que les consommateurs obtiennent le meilleur prix. C'est ce que nous faisons dans tous les secteurs: pour les engrais, les semences, les herbicides, la distribution et la vente au détail des produits d'alimentation ainsi que le camionnage des produits alimentaires. Nous veillons sur ce genre de choses.

Néanmoins, notre loi prévoit certaines limites quant à ce que nous pouvons faire et nous avons expliqué ce qu'elles étaient. De façon générale, une entreprise peut accaparer 35 p. 100 du marché sans que cela ne pose de problème aux yeux de notre loi. Un simple calcul vous dira que la Loi sur la concurrence permet à trois entreprises de se partager le marché, mais qu'il ne peut pas y en avoir moins de trois.

Cela dit, si une entreprise comme Loblaw's, qui détient plus de 30 p. 100 du marché, annonçait demain son intention d'acheter Sobey's, qui en a 15 p. 100, je pense que nous examinerions sérieusement la question. Cela nous inquiéterait, car le niveau de concentration que prévoit la loi serait dépassé.

• (1045)

**Le président:** Votre temps est écoulé.

Pour la gouverne des membres du comité, nous allons nous réunir à huis clos. Nous avons quelques motions d'intérêt courant à examiner.

Avant de laisser partir les témoins, j'ai quelques questions à vous adresser.

Tout le monde utilise des exemples différents de produits portant la mention « Produit du Canada » ou « Fait au Canada » et celui qui me vient à l'esprit, ce sont les olives étiquetées « Fait au Canada » ou « Produit du Canada ». Il n'y a pas un seul olivier qui pousse au Canada, mais pourtant dans les magasins d'alimentation de tout le pays, nous trouvons des olives étiquetées « Produit du Canada » dans des jolis pots verts.

Vous dites que l'étiquetage doit être véridique et que vous veillez à ce que les règles soient respectées. Comment peut-on dire que ce genre de produit est un produit du Canada? Je suppose que la définition que prévoit actuellement la loi permet de le faire.

Je me demande si, dans le cadre de notre étude de l'étiquetage « Produit du Canada », le comité ne va pas constater la nécessité d'un changement à la réglementation ou à la loi, d'autant plus que cela ne touche pas de la même façon le secteur de l'alimentation et le secteur de la fabrication que le Bureau de la concurrence doit superviser?

Va-t-il falloir modifier une loi ou un règlement pour pouvoir apporter les changements qui nous intéressent?

**Mme Debra Bryanton:** Les lignes directrices sont actuellement données dans notre *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments*. Pour apporter des changements à ce guide, il n'est pas nécessaire de modifier la loi ou la réglementation. Néanmoins, nous ne pouvons pas prédire quels seront les résultats des consultations ni quel sera l'instrument le plus approprié pour tenir compte de ces résultats.

**Le président:** Je voudrais revenir à M. Taylor. Vous avez parlé de la position dominante. C'est un des principaux critères que vous utilisez pour établir s'il y a ou non un problème. Vous dites que le seuil est de 35 p. 100. Nous savons qu'au Canada, dans le secteur des abattoirs, surtout pour le boeuf et le porc, les entreprises en lice accaparent plus de 50 p. 100 du marché.

Comment remédiez-vous à cette situation ou le Bureau de la concurrence a-t-il autorisé l'expansion de ces deux grands joueurs, l'un pour le porc et l'autre pour le boeuf?

**M. Richard Taylor:** Pour commencer par votre deuxième question, nous avons dû approuver ces fusions à la suite d'un examen. Le seuil de 35 p. 100 est une ligne directrice qui représente ce que nous appelons le seuil de sécurité, mais dans certains cas, nous autorisons une fusion qui permet d'obtenir une plus grande part du marché, particulièrement lorsque les obstacles qui s'opposent à l'entrée dans ce marché ne sont pas insurmontables. C'est un domaine technique, mais nous avons dû autoriser ces fusions.

Pour ce qui est des activités de ces entreprises, si elles causaient du tort à un petit concurrent comme Better Beef ou un des petits abattoirs de l'Ontario, ou encore un des nouveaux abattoirs qui essaient de se lancer, si elles essayaient de les évincer du marché, cela ferait certainement intervenir les dispositions concernant l'abus de position dominante. Par conséquent, une fois que le chiffre de 35 p. 100 est atteint, nous exerçons une surveillance très étroite.

Pour répondre à la première partie de votre question, si ces grands abattoirs qui possèdent une importante part du marché du porc et du boeuf concluaient des ententes d'exclusivité qui obligeraient une grande chaîne de magasins d'alimentation à passer par eux ou qui empêcheraient les petits abattoirs de faire des ventes, nous mènerions une enquête.

**Le président:** Et pour ce qui est des contrats d'exclusivité avec les fournisseurs?

**M. Richard Taylor:** Si ces abattoirs concluaient des contrats d'exclusivité avec certains grands producteurs de boeuf ou de porc, nous examinerions cela également.

**Le président:** Sur ce, nous allons nous réunir à huis clos et nous allons donc suspendre la séance.

Je remercie les témoins d'être venus.

[Les délibérations se poursuivent à huis clos.]







**Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes**

**Published under the authority of the Speaker of the House of Commons**

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :**

**Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:**

**<http://www.parl.gc.ca>**

---

**Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.**

**The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.**