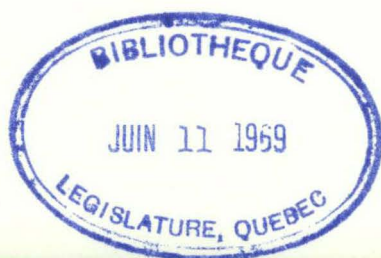


Q
A11 D6
A22/43
11

B

LA MISE EN MARCHÉ DE LA VIANDE ET DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC



11

**Rapport de
la commission
royale d'enquête
sur l'agriculture
au Québec**

LA MISE EN MARCHÉ DE LA VIANDE ET DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC

**Rapport de
la commission
royale d'enquête
sur l'agriculture
au Québec**

Gouvernement du Québec / 1967

*A Son Excellence
le Lieutenant-gouverneur en Conseil du Québec*

Nous, membres de la Commission royale d'enquête sur l'agriculture au Québec, avons l'honneur de vous présenter notre rapport sur la mise en marché de la viande et de la volaille au Québec.

Notre Commission a été instituée par l'arrêté en conseil numéro 1422 du 27 juillet 1965 pour faire enquête sur les moyens à prendre pour que la production agricole rapporte aux agriculteurs un revenu équilibré par rapport à celui des autres classes de la société.

Nous prions Votre Excellence de bien vouloir agréer le présent rapport que nous vous soumettons respectueusement.

Nolasque April
président,
Rosario Cousineau
Charles Neapole
Ernest Dugas
Gordon Thomson
Maurice Tremblay
membres.

René Monette
secrétaire.

Montréal, novembre 1967.

Résumé des constatations

En 1965, la population du Québec a consommé plus de 494,000 tonnes de viande et de volaille, dont 62 pour cent provenaient des élevages du Québec, et le reste de l'Ontario, des provinces de l'Ouest, des Etats-Unis et d'autres pays.

Bien que le Québec ne produise pas suffisamment de viande et de volaille pour satisfaire à sa demande globale, la province demeure quand même, à l'échelle canadienne et même continentale, un important centre de production de porc, de veau, de vache (boeuf désossé de diverses catégories) et de poulets de grill. La valeur estimative de la production québécoise de sujets d'abattage (y compris la volaille), en 1965, a dépassé \$206,000,000.

De notre analyse du système de mise en marché de la viande et de la volaille produites au Québec, auquel nous nous sommes intéressés plus spécialement, il ressort que, dans l'ensemble, ce système est inutilement complexe et extrêmement coûteux, qu'il est, au surplus, très peu organisé et très peu contrôlé, si on le compare à la plupart des systèmes régionaux de mise en marché fonctionnant ailleurs au Canada et aux Etats-Unis.

Nous avons noté les déficiences importantes suivantes:

1. La mise en marché d'animaux vivants souffre d'un manque d'organisation. On y trouve toute une variété d'agents de mise en marché sujets à peu de contrôle légal, notamment:

- Les commerçants-camionneurs qui réalisent un bénéfice aux dépens du producteur sans exercer un rôle vraiment nécessaire.
- Les encans qui ne sont soumis à aucune réglementation gouvernementale.
- Les marchés publics à bestiaux qui jouent un rôle important dans l'établissement des prix, en dépit du petit nombre d'animaux qui y sont transigés.
- Les coopératives locales affiliées à la Coopérative Fédérée. Les producteurs qui font usage de ce moyen de mise en marché paient des frais spéciaux, mais ne reçoivent aucun ou à peu près aucun bénéfice en retour.
- Les salaisons qui dans leurs achats directs des producteurs possèdent une connaissance infiniment supérieure de la situation du marché et disposent ainsi d'un pouvoir de négociation disproportionné.

Les producteurs ne disposent d'aucun organisme de mise en marché vraiment efficace pour les représenter; aussi, chacun d'eux doit-il faire face au réseau confus de moyens de mise en marché actuel, sans pouvoir compter sur des conseils dignes de confiance et des informations suffisantes quant à l'état du marché.

Les salaisons et les abattoirs aussi sont désavantagés car ils sont rarement en mesure de pouvoir compter sur un approvisionnement suffisant et sûr d'animaux vivants. Ils sont obligés de faire usage de la plupart ou de la totalité des sources d'approvisionnement, et la majorité se voit forcée de financer des groupes de producteurs pour se procurer au moins un approvisionnement de base en sujets d'abattage.

Ce qui est probablement la pire déficience de ce système, c'est le fait que les prix des animaux vivants ne sont pas fixés par suite d'un processus de concurrence libre et complète; il y a suffisamment de preuves pour dire que les producteurs ne retirent pas les meilleurs prix possibles de la vente de leurs bestiaux.

2. Le transport des animaux vivants est effectué par des commerçants-camionneurs, des transporteurs et des acheteurs à commission dont aucun n'est soumis à une réglementation de la part du gouvernement. Il n'existe pas d'échelle uniforme de taux de transport et les frais varient dans des proportions très considérables.

3. La subvention actuelle au transport des bestiaux permet peut-être d'atteindre le but qu'on s'était fixé à l'origine, à savoir, augmenter la quantité de viande de catégorie « Canada approuvé » produite au Québec. Par contre, il engendre certains effets malheureux:

- il agit au détriment des abattoirs régionaux;
- il augmente le coût de la viande dans certaines régions de la province;
- il fait obstacle à l'établissement de salaisons sous inspection fédérale hors des secteurs de Montréal et de Québec.

4. Il existe dans l'industrie de l'abattage au Québec un excédent considérable de capacité de production. Même les plus grandes salaisons sous inspection fédérale fonctionnent normalement à moins de 70 pour cent de leur capacité de rendement; dans les abattoirs régionaux, la moyenne est de moins de 45 pour cent. Par les coûts d'abattage excessifs qu'il entraîne, cet état de choses contribue à réduire la rentabilité de l'industrie et sa capacité de modernisation. De fait, les profits des salaisons et des abattoirs n'ont rien d'excessif.

Il convient même de s'inquiéter de l'avenir de cette industrie, au Québec.

5. L'un des facteurs qui contribuent à créer cet excédent de capacité de production est la présence de quelque 500 petits abattoirs ré-

gionaux, dispersés à travers la province, et qui ne sont soumis à aucune inspection valable. Ces établissements fonctionnent non seulement sur une base marginale, mais ils produisent une quantité appréciable de viande non inspectée.

6. Bien que l'on consacre beaucoup de travail et d'argent à la compilation, au traitement et à la publication des statistiques dans ce secteur, les données disponibles sont inadéquates et souvent fautives.

Le Bureau fédéral de la statistique, le ministère fédéral de l'Agriculture et l'Office provincial de la statistique s'occupent tous les trois des statistiques se rapportant à la production et à la mise en marché de la viande et de la volaille. Toutefois, leurs travaux ne sont pas coordonnés et leurs programmes sont parfois mal planifiés.

Par exemple, le ministère fédéral de l'Agriculture ne fournit de données détaillées que pour les animaux vendus aux marchés à bestiaux, puis abattus et apprêtés dans les établissements sous inspection fédérale. Au Québec, les chiffres fournis ont peu de valeur parce qu'ils ne nous renseignent pas sur l'ensemble de la situation. Le Bureau fédéral de la statistique compile les prix moyens au détail pour certains produits de viande à travers le Canada, mais ces chiffres n'ont qu'une valeur limitée parce qu'ils ne permettent pas de comparaisons entre régions.

Dans l'ensemble, le régime de mise en marché de la viande et de la volaille au Québec est à la fois incommode et coûteux. Les deux principales sources de difficultés résident dans:

- le manque d'organisation et de réglementation gouvernementale des agents de mise en marché des animaux vivants;
- les coûts excessifs qu'entraîne l'excédent de capacité de production dans l'industrie de l'abattage.

Sauf dans le cas des commerçants-camionneurs, et dans une mesure moindre, dans celui des agents à commission, nous n'avons constaté aucun exemple de profits superflus ou excessifs. L'écart apparemment très élevé de prix qui survient entre le producteur et le consommateur est principalement attribuable aux facteurs suivants:

- le coût excessif des opérations d'abattage;
- le nombre considérable d'opérations de manutention et d'apprêtage nécessaires à la transformation des bestiaux en produits convenant à la vente au détail;
- les pertes attribuables à la diminution de poids et à la détérioration survenant au cours de l'apprêtage, du transport et de l'entreposage;
- le coût relativement élevé qu'impliquent les méthodes de mise en marché qui prévalent maintenant au niveau du commerce de détail.

Cet écart pourrait être réduit en améliorant l'efficacité des opérations d'abattage, et partant en diminuant le coût de cette opération. Les économies réalisées pourraient alors être transférées, au moins en partie, aux producteurs, par la création d'un système efficace de mise en marché des animaux vivants qui, entre autres avantages, supprimerait les intermédiaires superflus tels que les commerçants-camionneurs.

A notre avis, il serait bien difficile de réduire l'écart des prix qui existe entre le prix de vente au gros et le prix de vente au consommateur. La majoration dans les prix de détail de la viande et de la volaille n'est certainement pas excessive, si on la compare à celle d'autres produits alimentaires. En fait, si les détaillants choisissaient de fixer leurs prix suivant le coût de chaque article, nous sommes portés à croire que leur majoration de prix dans le cas de la viande et de la volaille serait plus élevée.

La correction de certaines de ces lacunes représenterait des sommes considérables.

C'est ainsi que si l'on parvenait à faire disparaître l'écart d'environ 2.6 pour cent qui existe entre le prix du porc du Québec et celui de l'Ontario on assurerait aux éleveurs québécois, sur la base de la production provinciale de 1965, un revenu additionnel estimé à plus de \$2,000,000.

C'est ainsi encore que l'élimination des commerçants-camionneurs pourrait augmenter les revenus des éleveurs québécois d'une somme globale d'environ \$800,000.

Enfin, si l'on pouvait augmenter l'utilisation des établissements d'abattage jusqu'à 80 pour cent de leur capacité, leur coût d'opération serait réduit, selon notre estimé, de 25 cents les 100 livres, ce qui signifierait une économie annuelle de \$1,200,000, sur la base de 1965.

CHAPITRE I

LA MISE EN MARCHÉ DES ANIMAUX VIVANTS AU QUÉBEC

1. *Envergure du marché*

Le tableau 1, préparé à l'aide de données fournies par le Bureau fédéral de la statistique et par l'Office provincial de la statistique, démontre par les chiffres l'envergure du marché de la viande et des volailles au Québec, pour 1965.

Faute de données plus précises, les chiffres de ce tableau se rapportant à la consommation au Québec ont été tirés des estimations faites par le Bureau fédéral de la statistique sur la consommation per capita pour l'ensemble du pays. Cependant, il convient de prendre pour acquis que la consommation per capita au Québec pour la plupart des viandes et volailles, surpasse dans une mesure considérable la moyenne établie pour l'ensemble du pays. Cette conclusion s'appuie sur les résultats de deux études du marché effectuées par la division des prix du Bureau fédéral de la statistique, et à la suite desquelles on en est arrivé aux chiffres du tableau 2.

L'étude de 1955 démontre que les Montréalais consommaient à cette époque 13 pour cent plus de boeuf et 33 pour cent plus de volaille par personne que la moyenne établie pour les cinq villes étudiées. Et l'étude de 1962 fournit une indication dans le même sens.

On peut donc supposer sans risque d'erreur que la plupart des chiffres cités au tableau 1, relativement à la consommation au Québec, sont dans une certaine mesure plus bas qu'ils ne devraient l'être. Par conséquent, les insuffisances qui y figurent ne sont pas assez élevées tandis que les surplus sont exagérés.

Par ailleurs, dans le cas du boeuf, il faut tenir compte d'un facteur additionnel: suivant les statistiques publiées par le ministère fédéral de l'Agriculture, environ 80 pour cent des bovins offerts aux abattoirs appartiennent aux catégories « utilitaires » ou « de fabrication » et sont, par conséquent, apprêtés pour être vendus sous forme de boeuf désossé. Or, nous estimons qu'en 1965, les producteurs du Québec ont mis en marché un surplus d'environ 25,500,000 livres de boeuf désossé qui a été exporté aux autres provinces ou à

Tableau 1. Marché de la viande et de la volaille au Québec — 1965

Espèce	Consommation (livres - poids habillé)		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
	livres per capita	total (lbs)	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids habillé	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids habillé	%
Viande							
Boeuf	78.7	445,205,900	309,000	163,986,300	(529,903)	(281,219,600)	(63.2)
Agneau & mouton	2.8	15,839,600	59,700	2,662,620	(295,448)	(13,177,000)	(83.2)
Porc ¹	49.2	278,324,400	1,742,800	221,161,320	(450,457)	(57,163,000)	(20.5)
Veau	8.0	45,256,000	583,600	85,847,600	275,946	40,591,600	89.7
Volaille							
Poulets & poules	26.0	147,082,000		173,006,000		25,924,000	17.6
Dindes	9.5	53,741,500		27,869,000		(25,872,500)	(48.1)
Autres	0.5	2,828,500		1,633,000		(1,195,500)	(42.3)
Total de la volaille	36.0	203,652,000		202,508,000		1,144,000	(0.6)

1. Les chiffres sont exprimés en poids froid apprêté.

Tableau 2. Quantité moyenne de viande achetée per capita chaque semaine

<i>Année</i>	<i>Ville</i>	<i>Boeuf total lbs</i>	<i>Porc total lbs</i>	<i>Volaille total lbs</i>
1955	Halifax	.76	.44	.18
	Montréal	1.15	.58	.44
	Toronto	.99	.59	.29
	Winnipeg	.74	.56	.22
	Vancouver	.99	.62	.27
1962	Saint-Jean (T.-N.)	.93	.75	.63
	Halifax	.85	.61	.37
	Montréal	1.24	.80	.66

l'étranger, en sorte que les insuffisances de boeuf notées au tableau 1 sont inférieures au volume réel dans une proportion de 25,500,000 livres.

Compte tenu de ces correctifs, nous estimons qu'en réalité les insuffisances et surplus pour l'année 1965 se sont chiffrés comme suit:

Tableau 3. Surplus et insuffisances de viande, Québec — 1965

<i>Espèce</i>	<i>Surplus ou (insuffisances)</i>	
	<i>Nombre de livres (poids habillé)</i>	<i>Pourcentage</i>
Boeuf	(356,000,000)	(73)
Agneau et mouton	(13,000,000)	(83)
Porc	(57,000,000)	(20)
Veau	34,000,000	65
Poulet et poule	Nil	Nil
Dinde	(34,000,000)	(55)
Autres volailles	(1,500,000)	(49)

On trouvera à l'annexe B des tableaux se rapportant à la consommation, à la production et enfin aux surplus ou insuffisances, pour chaque espèce de viande ou de volaille, et cela pour une période de cinq ans allant de 1961 à 1965 inclusivement. En examinant ces chiffres, on peut constater certains courants importants du marché, pour les catégories suivantes:

- **LE BOEUF** Durant la période de cinq ans couverte par notre enquête, la consommation et la production se sont accrues dans une mesure à peu près égale. Les insuffisances sont donc demeurées stables en pourcentage (environ 63 pour

cent) mais non en volume, celui-ci passant de 233,000,000 à 281,000,000 de livres.

- *L'AGNEAU ET LE MOUTON* La consommation et la production ont diminué, mais celle-ci moins que celle-là, en sorte que l'indice d'insuffisance est monté, passant de 76.6 pour cent en 1961 à 83.2 pour cent en 1965.
- *LE PORC* La consommation s'est accrue entre 1961 et 1964, mais a diminué en 1965. La production a augmenté durant 1962 et 1963, mais elle a subi une légère chute en 1964 et une autre en 1965. Ces courants ont eu pour effet de réduire les insuffisances d'un niveau de 23.7 pour cent en 1961 à un niveau de 12.1 pour cent en 1963; en 1965, elles remontaient à un niveau de 20.5 pour cent.
- *LE VEAU* La production s'est accrue plus rapidement que la consommation; aussi, l'excédent ou surplus de production a-t-il augmenté, passant de 84.7 pour cent en 1961 à 89.7 pour cent en 1965. En nombre de livres, cette augmentation s'est aussi fait sentir. Alors que l'excédent était de 30,300,000 livres en 1961, il a atteint 40,600,000 en 1965.
- *LA VOLAILLE* Tant la consommation que la production se sont accrues de façon marquée entre 1961 et 1965. Cependant, la production a augmenté à un rythme plus rapide que la consommation, ce qui a eu pour effet de supprimer, à toutes fins pratiques, les insuffisances qui existaient en 1961, et qui s'établissaient à 16.7 pour cent.

MODES DE MISE EN MARCHÉ

Il n'existe présentement au Québec aucun système centralisé pour la mise en marché des animaux vivants. Chacun des producteurs se voit forcé de choisir entre divers canaux de mise en marché, bien qu'il ne reçoive à peu près aucun renseignement valable sur les cours du marché lui permettant de fixer son choix en connaissance de cause.

Il peut vendre ses animaux à un encan ou à un marché à bestiaux ou encore, s'il le préfère, transiger directement avec une salaison sous inspection fédérale ou avec un abattoir régional. S'il fait partie d'une coopérative locale, il peut également expédier ses animaux, selon le cas, à la Coopérative Fédérée de Québec ou à la Chaîne du Saguenay. Dans bien des cas, les producteurs ne sont pas en mesure d'utiliser ces débouchés, ou refusent de le faire. La seule option qui

leur reste alors est de transiger, à leur ferme même, avec des commerçants-camionneurs ou des acheteurs à commission.

Le tableau 4 représente une analyse statistique des canaux présentement employés pour la mise en marché de sujets d'abattage. Les mêmes données figurent, sous forme de tableau d'acheminement, à l'annexe A.

Comme il n'existe pas de statistiques à ce sujet, nous n'avons pas pu inclure au tableau 4 la proportion des animaux vendus par les éleveurs aux commerçants-camionneurs ou aux acheteurs à commission. Toutefois, il convient de noter qu'une grande partie des animaux vendus aux marchés à bestiaux, aux salaisons sous inspection fédérale et aux abattoirs régionaux y passent par l'entremise de commerçants-camionneurs ou d'acheteurs à commission.

Tableau 4. Canaux de la mise en marché des bestiaux

<i>Modes de mise en marché</i>	<i>Proportion d'utilisation par espèce d'animal</i>			
	<i>Bovin %</i>	<i>Agneau et mouton %</i>	<i>Porc %</i>	<i>Veau %</i>
Abattage sur la ferme	11	3	4	5
Coopératives	24	49	20	22
Encans	24	25	6	55
Marchés à bestiaux	26	10	2	10
Salaisons sous inspection fédérale	2	3	34	—
Abattoirs régionaux	13	10	34	8
Totaux	100	100	100	100
<i>Volaille %</i>				
Abattage sur la ferme	3			
Abattoirs coopératifs	38			
Autres abattoirs	59			
Total	100			

Le tableau 4 démontre clairement qu'il existe certains écarts importants au cours normal de la mise en marché, à savoir:

- une proportion élevée (98 pour cent) du porc est vendue directement aux salaisons sous inspection fédérale et aux abattoirs régionaux. Il semble que cela soit attribuable aux quatre facteurs suivants:

- le prix minimum du porc établi chaque semaine par la Coopérative canadienne de bétail est accepté de plus en plus comme prix du marché, tant par les vendeurs que par les acheteurs. Il s'ensuit que les producteurs et les commerçants-camionneurs croient être en mesure d'obtenir des prix raisonnables de la part des salaisons et des abattoirs, sans avoir à payer les honoraires de l'encan ou du marché à bestiaux;
- les grandes salaisons financent un certain nombre de producteurs de porc, en vue de s'assurer un approvisionnement stable. Suivant les conditions de ces contrats de financement les producteurs sont tenus d'expédier à la salaison tous les porcs qu'ils mettent en marché;
- certains producteurs sont d'avis qu'ils obtiennent des prix plus avantageux lorsqu'ils vendent leurs porcs sur la base du poids habillé; ils évitent ainsi les encans où la vente de porcs se fait suivant le poids vivant;
- Cinquante-cinq (55%) pour cent des veaux sont vendus par l'entremise des encans alors que dans le cas du boeuf, du mouton et de l'agneau, la proportion n'est que de 25 pour cent. Cela est probablement dû au fait qu'un certain nombre d'acheteurs venant des Etats-Unis assistent aux encans pour se procurer des veaux.

Quels que soient les moyens de distribution empruntés, les animaux vivants sont éventuellement achetés par les salaisons sous inspection fédérale, les salaisons coopératives, les abattoirs régionaux ou les charcutiers-grossistes. Les charcutiers-grossistes font abattre leurs animaux sur commande, principalement aux abattoirs de l'Est et chez Wilsil, mais aussi aux abattoirs régionaux.

Tableau 5. Répartition des bestiaux selon le lieu d'abattage

Genre d'abattoir	Pourcentage de la production totale des fermes			
	Boeuf	Mouton & agneau	Porc	Veau
	%	%	%	%
Salaison sous inspection fédérale (y compris les coopératives)	53	74	58	58
Abattoirs régionaux	35	23	37	32
Totaux ¹	88	97	95	90

1. Les totaux n'atteignent pas 100% parce que les données excluent les animaux abattus sur les fermes et les animaux exportés vivants.

Le tableau 5 indique la proportion de la production totale des fermes qui se rend pour abattage aux salaisons sous inspection fédérale et aux abattoirs régionaux (y compris l'abattage fait sur commandes).

FACTEURS DÉTERMINANT LES PRIX

Prix du boeuf, mouton, agneau, porc et veau

Les prix payés aux éleveurs du Québec sont-ils équitables? Il n'est pas facile de l'établir d'une façon rigoureuse et force nous est, comme approximation au problème, de comparer ces prix avec ceux qu'obtiennent les éleveurs de l'Ontario, en considérant ces derniers prix comme normes.

Si l'on compare la moyenne annuelle des prix payés pour les animaux dans chaque province, tels qu'ils sont publiés par le gouvernement fédéral dans sa publication « *Livestock Market Review* », l'on constate que les prix payés à Montréal sont habituellement moindres, dans une proportion appréciable, que ceux payés à Toronto (*voir annexe C*).

Il convient toutefois de noter que ces prix ne concernent que les transactions effectuées aux marchés à bestiaux de Montréal qui ne représentent qu'une faible proportion de l'ensemble des ventes de bestiaux au Québec, les proportions étant les suivantes:

Boeuf	26%
Mouton et agneau	10%
Porc	1.2%
Veau	10%

Afin d'établir une comparaison plus exacte entre les prix payés pour le porc au Québec et en Ontario, nous nous sommes servis des valeurs unitaires de 1965 pour le porc dans ces deux provinces (suivant les calculs de la section des finances agricoles du Bureau fédéral de la statistique). Ces valeurs ont été déterminées sur la base des prix pondérés suivants:

- Pour l'Ontario: le prix moyen pondéré pour toutes les ventes de porc en 1965, publié par le « *Ontario Hog Marketing Board* », et corrigé de façon à tenir compte du fret et des primes de qualité.
- Pour le Québec: le prix moyen pondéré pour toutes les ventes de porc en 1965 dont les producteurs du Québec ont fait rapport à l'occasion des relevés du Bureau fédéral de la statistique sur les prix agricoles. Ce prix moyen pondéré comprend les primes de qualité payées par Ottawa et par Québec.

Les valeurs unitaires qui en résultent sont les suivantes:

- En Ontario: \$32.11 les 100 livres (poids habillé)
- Au Québec: \$31.11 les 100 livres (poids habillé)

Si l'on corrige ces chiffres de façon à tenir compte de la proportion des porcs de catégories A, B et C vendus dans chaque province, l'on en arrive à la comparaison suivante quant aux prix des porcs de catégorie A en 1965.

- En Ontario: \$32.80 les 100 livres (poids habillé)
- Au Québec: \$31.90 les 100 livres (poids habillé)

A la lumière de cette analyse, l'on peut donc prétendre que bien que la production du porc au Québec ne suffise pas à la demande, le producteur du Québec retire moins pour ses porcs que le producteur de l'Ontario.

De la même façon, étant donné qu'on ne produit pas au Québec assez de boeuf, de mouton et d'agneau pour satisfaire à la demande, il serait logique de croire que les prix payés au Québec pour ces animaux sont au moins aussi élevés que les prix moyens en vigueur dans les marchés voisins. Mais tel n'est pas généralement le cas. Et cela tient aux conditions de la mise en marché au Québec.

La situation du producteur

Ne disposant pas d'organisme valable de mise en marché pour le représenter et le conseiller, le producteur du Québec est obligé de se fier à son propre jugement et de transiger directement avec les acheteurs ou leurs représentants.

Il peut, bien sûr, se référer aux prix cotés chaque semaine par la Coopérative Fédérée, mais ceux-ci sont établis selon une formule particulière, qui ne leur permet pas de refléter l'état du marché au Québec. Il peut aussi se rapporter aux prix moyens, pour la semaine, publiés par le ministère fédéral de l'Agriculture, mais ces prix, établis à partir de ventes effectuées aux marchés à bestiaux de Montréal, en plus d'être influencés par les cotations de la Coopérative Fédérée, ne tiennent compte que d'une très faible partie de l'ensemble de ventes de bétail au Québec.

Enfin, il peut assister à l'encan local et noter les prix offerts. Mais, il ne connaît pas les prix offerts aux encans des autres parties de la province et il n'est pas en mesure de déterminer la moyenne des prix payés dans les nombreuses transactions des producteurs avec les commerçants-camionneurs, les salaisons sous inspection fédérale et les abattoirs régionaux.

Bien qu'il n'ait pas de renseignements exacts sur l'état du marché, il est obligé de choisir entre tous ces canaux de mise en marché, reliés

les uns aux autres (commerçants-camionneurs, coopératives, encans, marchés à bestiaux, salaisons sous inspection fédérale et abattoirs régionaux).

Plusieurs producteurs de porc sont financés par les salaisons. Leurs contrats de financement les obligent à vendre leurs animaux aux salaisons, habituellement au prix le plus bas coté par la Coopérative canadienne de bétail, filiale de la Coopérative Fédérée.

La situation de l'acheteur

Les salaisons sous inspection fédérale et les abattoirs régionaux sont fréquemment à court d'animaux, surtout de porc et de boeuf. Dans l'état actuel du système de mise en marché, ils sont mal renseignés sur les disponibilités et sont obligés de recourir aux moyens suivants:

- se servir de tous les réseaux d'approvisionnement ou de la plupart d'entre eux;
- retenir les services d'acheteurs à commission;
- financer les producteurs de porc afin de s'assurer d'une source d'approvisionnement constante.

Il n'en demeure pas moins que l'acheteur, par ces contacts professionnels avec les autres acheteurs, possède une bien meilleure information de la situation générale du marché que le producteur. Ceci est particulièrement vrai des grandes salaisons qui sont renseignées au jour le jour sur les prix payés non seulement dans toutes les parties de la province, mais encore dans les autres provinces et à l'étranger.

L'éleveur est d'autant plus démuni dans ses négociations avec les acheteurs que, faute de meilleurs renseignements, il est porté à croire que les prix cotés par la Coopérative Fédérée représentent les prix normaux du marché alors qu'ils servent plutôt à déterminer ceux-ci par effet d'entraînement.

Ceci est particulièrement grave dans le cas du porc et nous croyons bon d'exposer ici en détail les résultats de notre enquête sur la façon dont les prix payés aux éleveurs de porcs du Québec sont déterminés.

Nous nous sommes d'abord rendu compte que les porcs livrés aux deux marchés à bestiaux de Montréal, au début de la semaine, étaient envoyés directement à l'abattage au fur et à mesure de leur arrivage, sans détermination préalable de prix. Nous avons alors appris que, d'un commun accord, la détermination du prix de tous ces porcs, même de ceux transigés par les autres agents à commission, était suspendue jusqu'à l'annonce par la Coopérative canadienne de bétail des prix établis pour ses propres transactions de porcs du début de la semaine, généralement le mardi après-midi.

Deux prix différents sont alors communiqués: un prix pour un premier lot, disons \$28.50 et, assez étrangement, un second prix supérieur au premier, généralement de \$1.00, pour un autre lot beaucoup plus petit, disons \$29.50. Mais il semble, d'après tous les témoignages, que ce second prix soit, à toutes fins pratiques, ignoré. Seul le prix minimum est considéré comme le prix de la Coopérative canadienne de bétail. C'est, en particulier, à partir de ce dernier prix que s'établit le prix de la semaine pour le porc au marché de l'Ouest, habituellement avec une majoration de \$0.50. Ce prix est en effet déterminé par un gros acheteur à commission, Meunier et Frère, qui fait affaires au marché de l'Ouest pour des clients désireux de compléter leurs approvisionnements de porcs, même au prix fort, et qui fixe son prix, dès que les cotations de la Coopérative canadienne de bétail sont connues, en prenant le prix minimum annoncé et en y opérant une majoration qui est le plus souvent de \$0.50, mais qui peut occasionnellement se rendre à \$1.00.

C'est d'ailleurs le prix consenti par cet acheteur à commission pour le lot de porcs qu'il a acheté, depuis le début de la semaine, au marché de l'Ouest, des agents à commission établis là, qui est communiqué le mardi même à la Division de l'industrie animale du ministère fédéral de l'Agriculture et qui apparaît, le lendemain, dans les mercuriales hebdomadaires officielles, comme prix du marché de l'Ouest, alors que les deux prix établis par la Coopérative canadienne de bétail, avec les lots correspondants, y figurent avec au moins celui d'une autre vente, comme représentatifs des transactions de porcs au marché de l'Est.

Et c'est par l'intermédiaire de ces mercuriales que le prix minimum d'abord établi par la Coopérative canadienne de bétail contribue à déterminer le prix du porc dans toute la province. En effet, bien que les mercuriales publiées par la Division de l'industrie animale du ministère fédéral de l'Agriculture fassent mention de plusieurs prix différents, il semble bien que les acheteurs aient réussi à convaincre les éleveurs que c'était le prix le plus bas qui était le prix officiel et normal, celui qu'on devait considérer comme norme ou prix de base pour toutes les transactions de porcs dans la province pour la semaine en cours.

Etant donné ce rôle déterminant du premier prix payé par la Coopérative canadienne de bétail, dans l'établissement des prix du porc au Québec, nous avons tenu à savoir de quelle façon ce prix était fixé.

D'après nos renseignements, ce prix est déterminé en prenant comme base le prix pondéré payé en Ontario pour le porc de catégorie A durant la semaine précédente, mais en y opérant les déductions suivantes:

- \$0.27 les cent livres (environ \$0.40 par tête), comme somme équivalente aux frais de mise en marché payés par les éleveurs de l'Ontario à leur office de mise en marché;
- \$0.43 les cent livres (environ \$0.65 par tête) pour défrayer l'allocation payée par la Coopérative Fédérée aux coopératives locales.

A l'origine, cette allocation devait servir de subvention au transport, mais aujourd'hui les coopératives locales l'utilisent à diverses fins, y compris la commandite de programmes de promotion.

On arrive ainsi à un premier prix qui est de \$0.70 inférieur à celui qui prévalait en Ontario, la semaine précédente. Ce prix peut être ensuite ajusté de quelques cents à la hausse ou à la baisse pour tenir compte de certains facteurs tels que l'état des approvisionnements, les cours du marché aux Etats-Unis et les prix qui prévalent chez les grossistes. Et c'est ce prix, ainsi légèrement corrigé, qui devient «le prix de la Coopérative canadienne de bétail» et sert, comme nous l'avons montré, à déterminer le prix hebdomadaire payé aux éleveurs de porcs du Québec. Il n'y a pas à s'étonner qu'en 1965, le prix moyen du porc ait été de \$32.80 les cent livres en Ontario, alors qu'il était de \$31.90 au Québec.

Il faut s'étonner par contre que, dans la détermination du premier prix payé par la Coopérative canadienne de bétail, on prenne arbitrairement comme base le prix ontarien de la semaine précédente et surtout qu'on lui fasse subir deux déductions qui nous paraissent difficilement justifiables:

- une première déduction de \$0.27 les cent livres à titre de frais équivalents à ceux que paient les éleveurs de l'Ontario à leur organisme de mise en marché, alors que les éleveurs du Québec ne bénéficient manifestement pas des services d'un tel organisme;
- une seconde déduction de \$0.47 les cent livres pour défrayer une allocation aux coopératives locales sans but défini et sans rapport avec la mise en marché du porc.

Il faut aussi s'étonner que la Division de l'industrie animale du ministère fédéral de l'Agriculture fasse figurer dans ses mercuriales comme prix de ventes régulières, des prix qui ne sont le plus souvent déterminés qu'après coup, alors que les porcs ont déjà été livrés et abattus et qu'il n'y a plus de négociation possible.

De toute façon, il nous paraît anormal que ces mercuriales soient établies à partir des seules transactions enregistrées aux deux marchés à bestiaux de Montréal qui représentent moins de 1.2 pour cent des ventes de porc au Québec, surtout si l'on considère que les prix

de ce 1.2 pour cent des ventes sont fixés en fonction du prix établi par la Coopérative canadienne de bétail, dont les transactions sur le marché de l'Est ne s'élèvent pas à plus de 0.3 pour cent des ventes de porc au Québec.

Comme conclusion générale, on peut affirmer que, dans la situation actuelle, les prix payés pour les porcs au Québec et, dans une large mesure, les prix payés pour les autres animaux de boucherie, au lieu d'être le résultat d'une négociation libre entre acheteurs et producteurs également bien informés, sont plutôt fixés et contrôlés unilatéralement par les acheteurs, et que cela, dans plusieurs cas, est préjudiciable aux éleveurs du Québec.

Prix des volailles

La mise en marché des volailles vivantes au Québec s'effectue suivant une méthode assez simple: le producteur vend ses volailles directement aux établissements d'abattage. La production totale se répartit comme suit, selon les diverses formes d'abattage:

Abattage sur la ferme	3%
Abattage dans les établissements appartenant à des particuliers	59%
Abattage dans les établissements coopératifs	38%

Le ministère fédéral de l'Agriculture fait un relevé hebdomadaire des prix et publie les prix moyens en vigueur durant la semaine précédente. Les producteurs ont tendance à considérer ces prix comme étant « officiels » et comme ayant été fixés par le gouvernement; il se fait donc très peu de marchandage, et les prix ont tendance à demeurer stables d'une semaine à l'autre.

Lorsqu'il se produit une hausse ou une chute appréciable dans la demande, les dirigeants des principaux établissements d'abattage discutent de la situation au téléphone et décident, de façon arbitraire, d'augmenter ou de réduire les prix.

Bien que les prix payés au Québec pour les poulets de grill aient été plus élevés, de façon constante, que ceux payés en Ontario, et cela depuis quelques années, il convient de s'inquiéter du fait qu'ils sont fixés par les établissements d'abattage et qu'ils sont dictés, jusqu'à un certain point, aux producteurs.

Cette façon arbitraire de fixer les prix est attribuable à deux causes principales :

- l'absence d'un organisme de mise en marché chez les producteurs;
- « l'intégration » à un très haut degré dans l'élevage des volailles.

Nous estimons qu'environ 54 pour cent des volailles au Québec

sont élevées suivant des plans de financement tandis qu'une autre proportion de 20 pour cent des volailles sont élevées en vertu de contrats suivant lesquels le producteur n'en est jamais le propriétaire.

EFFET DE LA SUBVENTION AU TRANSPORT

Le gouvernement du Québec verse une subvention pour le transport des animaux vivants, aux éleveurs habitant certaines régions éloignées de la province. Le montant de cette subvention varie de région en région et elle n'est accordée que pour les animaux expédiés aux abattoirs sous inspection de Montréal, Québec, Princeville, Hull, Saint-Bruno et Chicoutimi.

L'octroi de cette subvention a pour but d'augmenter la quantité de viande soumise à l'inspection. Malheureusement, ce système semble toutefois souffrir de trois lacunes principales, à savoir :

- il défavorise les abattoirs régionaux certifiés qui ne sont pas localisés dans les six centres désignés;
- il augmente le coût de la viande dans certaines régions de la province. Cela se produit quand des animaux vivants sont expédiés hors d'une région particulière vers les abattoirs des centres désignés et quand, conséquemment, les grossistes et détaillants locaux sont obligés d'encourir des frais appréciables de transport pour faire revenir dans cette même région un approvisionnement suffisant de carcasses et de coupes de viande;
- il décourage l'établissement d'abattoirs sous inspection en dehors des centres désignés.

ÉVALUATION DES MÉTHODES DE MISE EN MARCHÉ DES ANIMAUX VIVANTS, PRÉSENTEMENT EN USAGE

La mise en marché des animaux vivants au Québec n'est ni organisée ni contrôlée. Les producteurs ne disposent ni des renseignements ni du pouvoir de négociation nécessaires à la défense de leurs intérêts. Les acheteurs sont en mesure d'influencer en leur faveur les cours des prix payés et même, dans certains cas, de dicter ces prix. Bien que la production au Québec ne satisfasse pas à la demande pour le boeuf, le mouton, l'agneau et le porc, les prix payés localement pour ces animaux sont généralement inférieurs à ceux qui sont payés en Ontario. Bien qu'ils jouissent de certains avantages sur les producteurs, les salaisons, les abattoirs et les charcutiers souffrent d'un manque de stabilité dans leurs approvisionnements.

Les principaux effets indésirables du présent système de mise en marché peuvent se résumer ainsi :

- on ne dispose pas de renseignements publics satisfaisants sur les conditions du marché, surtout en ce qui concerne l'état de l'offre et de la demande et les prix en vigueur dans les diverses parties de la province;
- les producteurs sont obligés de faire leur choix entre toute une série de canaux disparates de mise en marché;
- le système actuel favorise le contrôle des prix par les gros acheteurs et l'activité des commerçants-camionneurs et des acheteurs à commission, dont les bénéfices réduisent le gain net réalisé par le producteur;
- la subvention au transport, actuellement en vigueur, est préjudiciable aux abattoirs régionaux et augmente le coût de la viande pour le consommateur dans certaines régions de la province.

DESCRIPTION ET ÉVALUATION DE CERTAINS AUTRES SYSTÈMES DE MISE EN MARCHÉ

La situation nous paraissant appeler, comme correctif, la création d'organismes de mise en marché à l'avantage aussi bien des acheteurs que des éleveurs, nous avons étudié un certain nombre de ces organismes en opération au Canada, afin de profiter de leur expérience dans nos recommandations.

Deux types d'organismes ont ainsi retenu notre attention: des organismes de mise en marché du porc et des organismes de mise en marché de la volaille.

1. *Organismes de mise en marché du porc*

Les deux organismes que nous avons étudiés sont le « Ontario Hog Producers Marketing Board » et la « Manitoba Hog Marketing Commission », qui font l'un et l'autre la mise en marché par un système centralisé de vente aux enchères par téléscripteurs, obligatoire dans le cas de l'Ontario et facultatif dans le cas du Manitoba.

Les deux organismes garantissent à l'éleveur un débouché sûr et commode et l'assurent d'obtenir les prix réels du marché, c'est-à-dire des prix fondés sur la confrontation véritable de l'offre et de la demande à l'échelle de la province. Et, d'après les analyses statistiques publiées par l'organisme ontarien, les prix ainsi obtenus sont plus élevés que ceux qu'on obtient dans les autres provinces.

Un des mérites du système ontarien est d'avoir supprimé l'activité des commerçants-camionneurs et des acheteurs à commission.

Par ailleurs, aucun des deux organismes n'a tenté, du moins jusqu'à présent, de contingenter la production ni de contrôler les arrivages quotidiens au marché.

Cette dernière lacune empêche les salaisons d'obtenir des approvisionnements adéquats tous les jours de la semaine. Ainsi, en Ontario, les offres sont insuffisantes le lundi et le vendredi, en sorte que les salaisons sont obligées d'apprêter la presque totalité de leurs arrivages hebdomadaires en trois jours, ce qui entraîne une mauvaise utilisation des installations et de la main-d'oeuvre et augmente indûment leur coût d'opération. Quoiqu'il faille bien reconnaître qu'il est impossible de corriger complètement cette situation, il nous semble qu'une légère prime pour encourager les arrivages aux jours creux, particulièrement le lundi, pourrait améliorer les choses considérablement.

De plus, tant en Ontario qu'au Manitoba, où l'on pratique l'enchère au rabais (Dutch Auction) un certain nombre d'éleveurs et d'acheteurs se plaignent des fluctuations prononcées des prix qui se produisent non seulement d'un jour à l'autre, mais aussi d'heure en heure. On pourrait annuler l'effet de ces fluctuations en établissant un système de péréquation des prix d'enchères, mais c'est une solution que les éleveurs ontariens, auxquels on l'a proposée, se sont jusqu'à présent refusé d'adopter.

On pourrait encore, pour corriger ces fluctuations, adopter un système de mise aux enchères par offres ascendantes, mais ce système a l'inconvénient d'être plus lent puisqu'il oblige les acheteurs à multiplier leurs offres afin d'obtenir le lot qu'ils désirent.

Certains producteurs ontariens prétendent que le système joue au détriment des éleveurs de porcs de qualité supérieure parce que, en plus de les empêcher de transiger directement avec les salaisons qui pourraient leur accorder une prime de qualité, il ne permet pas d'identifier leurs lots. Cependant au Manitoba, où l'on relie le nom du producteur aux lots offerts aux enchères, on n'a pas réussi à démontrer que les éleveurs de porcs de qualité supérieure obtenaient ainsi des prix plus élevés.

2. Organismes de mise en marché de la volaille

Les deux organismes que nous avons étudiés, soit celui de la Colombie-Britannique et celui de l'Ontario, ne sont pas des offices de producteurs comme ceux que prévoit notre Loi des marchés agricoles, mais de véritables régies avec pouvoir de fixation des prix qui, en tant que telles, doivent, pour être équitables, tenir compte aussi bien des intérêts des acheteurs que de ceux des éleveurs. C'est ainsi que l'office de Colombie-Britannique, qui vise à obtenir les meilleurs prix possibles aux éleveurs, ne fixe cependant pas les prix avant d'avoir consulté les quatre établissements d'apprêtage de la province.

Suivant le plan de mise en marché des poulets de grill en opération en Ontario, les producteurs confient à un comité le soin de

déterminer les prix. Le comité est formé de deux représentants des établissements d'abattage et d'apprêtage et de deux représentants des producteurs. Le président du comité est neutre et il est nommé par le «Ontario Farm Products Marketing Board». Chaque fois que les quatre membres du comité ne peuvent s'entendre sur les prix pour la semaine à venir, le président du comité tranche la question.

L'une des difficultés auxquelles ont à faire face les offices provinciaux dans l'établissement des quotas et des prix réside dans le fait qu'ils n'ont aucun moyen de contrôler les arrivages provenant des provinces voisines.

Les offices de mise en marché de poulets de grill consacrent des sommes considérables à la publicité. Par exemple, l'office de la Colombie-Britannique dépense 50 pour cent de ses revenus annuels bruts, soit \$80,000, pour ses programmes de publicité.

CONCLUSIONS

Nous fondant sur les résultats obtenus par les organismes que nous venons d'analyser, nous considérons que des organismes analogues sont nécessaires au Québec, pour réglementer la mise en marché des animaux de boucherie et de la volaille, et corriger la situation d'infériorité économique dont les éleveurs du Québec ont à souffrir. Nous en proposons trois: un office de mise en marché du porc, un office de mise en marché de la volaille et, éventuellement, un office de mise en marché des autres animaux d'abattage.

1. *Office de mise en marché du porc*

Cet office, à l'instar des organismes ontarien et manitobain, organiserait et administrerait un système centralisé de vente aux enchères opérant par l'intermédiaire d'un réseau provincial de téléscripteurs doublé d'un réseau bien organisé de centres d'arrivages. Certains des établissements d'encan actuels pourraient être avantageusement intégrés à ce dernier réseau.

Chacune des grandes salaisons disposerait de son propre téléscripteur pour participer aux enchères. Les abattoirs régionaux les plus importants pourraient s'organiser en trois ou quatre groupes disposant chacun d'un service de téléscripteur à l'usage des membres du groupe. Un appareil additionnel serait à la disposition d'un acheteur indépendant de l'office et servirait d'agent pour les charcutiers-grossistes, les petits abattoirs régionaux et autres petits acheteurs. Il va de soi que les frais de ces téléscripteurs seraient payés par les acheteurs.

Nous suggérons que l'on utilise, à cause de sa rapidité, le mode d'enchères descendantes, mais qu'on en corrige les fluctuations en adoptant dès le début un système de péréquation des prix obtenus.

En vue d'assurer un contrôle plus efficace de toutes les transactions, il serait nécessaire que l'office perçoive toutes les sommes dues par les acheteurs et effectue lui-même tous les paiements aux éleveurs et aux transporteurs.

Des dispositions devraient être prises pour régulariser autant que possible les arrivages quotidiens, afin de diminuer les frais d'abattage et d'apprêtage.

Nous proposons aussi que l'utilisation du système de vente aux enchères par téléscripteur soit obligatoire comme en Ontario et non facultatif comme au Manitoba, de façon à assurer la stabilité et la rentabilité maximum de l'entreprise ainsi qu'une confrontation globale de l'offre et de la demande à l'échelle provinciale.

Que les salaisons coopératives du Québec appartiennent à des sociétés coopératives locales ou à des producteurs particuliers, il serait normal, en même temps que nécessaire pour des raisons d'équité et pour le maintien du plan conjoint, qu'elles se procurent leurs porcs en passant par le réseau de téléscripteurs comme les autres salaisons.

Enfin, à défaut d'une organisation des producteurs à l'échelle canadienne, des ententes devraient être conclues, au moins avec l'office ontarien, en vue d'éviter des disparités injustifiées d'une province à l'autre et, éventuellement, de contrôler la production en nombre de têtes et en poids selon les besoins du marché.

2. Office de mise en marché des volailles

Des organismes conjoints de mise en marché avec, entre autres pouvoirs, celui de contingerer et de fixer les prix par des comités où producteurs et acheteurs sont représentés, comme ceux qui sont en opération en Ontario et en Colombie-Britannique pour la volaille, ne sont pas prévus dans la Loi actuelle des marchés agricoles du Québec. Les seuls organismes de mise en marché autorisés sont des offices de producteurs avec pouvoir de contingentement autonome et de négociation collective avec les acheteurs, les prix n'étant fixés par arbitrage de la Régie des marchés agricoles qu'en cas d'échec de la négociation.

Si l'on s'en tient aux termes de la Loi actuelle, c'est donc à un office provincial de producteurs qu'il faut songer, et c'est effectivement un recours à cette formule que constitue le projet actuellement soumis à la Régie des marchés agricoles pour la mise en marché des volailles d'abattage au Québec. Cependant, il se présente ici deux difficultés.

La première provient du haut degré d'intégration auquel est soumis l'élevage de la volaille dans la province et du fait qu'une forte proportion des éleveurs, en vertu même de leurs contrats de produc-

tion, ne sont pas propriétaires des volailles qui passent par leurs poulaillers; ce qui introduit une ambiguïté dans le terme « producteur » pour fins de mise en marché.

Comment, en effet, ne pas considérer les éleveurs à forfait comme d'authentiques « producteurs »? Mais comment, par ailleurs, peuvent-ils faire partie d'un organisme collectif de vente s'ils ne sont pas propriétaires du produit à commercialiser?

Or, la Loi qui régit les offices de producteurs et les plans conjoints qu'ils sont appelés à administrer ne clarifie pas cette ambiguïté dans sa définition du mot « producteur ».

L'équivoque, ne pouvant toutefois demeurer lorsqu'il s'agit de voter et d'organiser un plan conjoint, a été effectivement dissipée par les requérants dans le cas du projet de plan conjoint de la volaille; la requête ayant été présentée au nom de « La Fédération des propriétaires de volailles du Québec ». Cependant, si cette précision du terme « producteur » nous paraît logique pour la constitution d'un office de vente collective d'un produit et si elle a l'avantage de restreindre l'influence des intégrateurs à l'intérieur de l'office en leur enlevant la possibilité d'ajouter à leurs voix celles des éleveurs à forfait qu'ils contrôlent, elle a par ailleurs le grave inconvénient de laisser ces derniers sans protection organisée contre l'intégrateur et les contrats qu'ils sont appelés à signer avec lui.

D'ailleurs, il semble bien qu'en dépit des spécifications de la requête, l'ambiguïté subsiste et que certains éleveurs à forfait se soient cru autorisé à titre de « producteurs », à voter au référendum organisé pour l'adoption du projet actuel de plan conjoint; ce qui menace de compromettre la validité des résultats.

Dans le cas qui nous intéresse, la formule des offices de producteurs comporte aussi une autre difficulté qui tient cette fois, non pas à l'intégration, mais aux exigences particulières de la mise en marché de la volaille et au mécanisme de détermination des prix opérant dans le cadre des plans conjoints et de la Régie des marchés agricoles.

En effet, à la différence des prix du lait ou du bois de pulpe qui sont sans grand inconvénient, fixés par suite d'une négociation ou d'un arbitrage pour une période d'un an, étant donné la nature de ces produits et la stabilité relative de leurs marchés, les prix des diverses catégories de volailles doivent être établis pour des périodes beaucoup plus courtes, d'une semaine ou de quelques semaines tout au plus, de façon à tenir compte des fluctuations des prix de ce produit facilement transportable sur le marché canadien et même nord-américain.

Cette exigence se concilie mal avec le système de négociation et d'arbitrage annuels actuellement en vigueur à la Régie des marchés agricoles. Et nous voyons mal comment la Régie pourrait s'adapter à

des interventions aussi fréquentes que celles qui seraient sans doute exigées d'elle en cas d'échec des négociations périodiques entre vendeurs et acheteurs de volailles.

L'on pourrait résoudre ce dernier problème en établissant un système généralisé de vente aux enchères de la volaille par téléscripteurs semblable à celui que nous recommandons pour la mise en marché du porc et qui aurait l'avantage de régler le problème de la détermination des prix d'une façon pour ainsi dire automatique. Mais ce système aurait l'inconvénient d'être un système de mise en marché dispendieux et dont on pourrait douter de la nécessité alors que les prix payés aux éleveurs de volailles du Québec sont, depuis quelques années, supérieurs à ceux qu'obtiennent les éleveurs de l'Ontario.

En supposant qu'on ne puisse surmonter ces deux difficultés majeures dans l'organisation ou dans l'administration du plan conjoint projeté, nous proposons donc que la Loi des marchés agricoles soit modifiée de façon à permettre, à côté des offices de producteurs actuellement prévus, l'établissement, comme en Ontario et en Colombie-Britannique, de régies particulières avec pouvoir de contingentement et de fixation des prix. Chacun de ces pouvoirs serait exercé par un comité distinct composé en nombre égal de représentants des producteurs-propriétaires et des acheteurs et d'un président indépendant nommé par la Régie des marchés agricoles et qui, en matière de fixation des prix, agirait comme arbitre dans les cas où les représentants des acheteurs et des vendeurs ne s'entendraient pas.

La formule peut imposer à l'occasion une lourde responsabilité au président du comité de fixation des prix, mais elle a par contre l'avantage d'être souple et de permettre une confrontation constante et éclairée des intérêts en cause, en même temps que leur défense commune contre les pressions à la baisse exercées par le vaste pouvoir d'achat des magasins à succursales multiples et des chaînes de détaillants associés, pressions qui sont particulièrement fortes dans le cas des volailles d'abattage.

Il faut reconnaître par ailleurs qu'elle laisse entier le problème de la protection collective des éleveurs à forfait qui devront, soit se dégager de l'intégration qui les assimile à des salariés, de façon à pouvoir s'intégrer normalement à des organismes de mise en marché collective, comme l'ont fait les éleveurs de poulets de gril de l'Ontario, soit encore recourir au syndicalisme de type ouvrier comme on a tendance à le faire aux Etats-Unis.

Dans notre esprit, la modification de la Loi des marchés agricoles que nous recommandons a une portée plus grande que la solution éventuelle du problème de la mise en marché de la volaille. Nous considérons, en effet, cet amendement comme une amélioration fondamentale à la Loi, car celle-ci aurait alors l'avantage d'offrir non seu-

lement aux éleveurs de volailles d'abattage, mais à tous les producteurs agricoles du Québec, à côté des plans conjoints, une formule alternative valable et peut-être à l'occasion plus avantageuse, dont ils pourraient se prévaloir dans l'organisation de la mise en marché collective de leurs divers produits.

Quelle que soit la formule choisie, il va de soi cependant que dans le cas de la volaille, encore plus que dans celui du porc, il faudrait idéalement négocier les prix et fixer les quotas de production à l'échelle du marché canadien pour éviter les concurrences inter-provinciales ruineuses et les engorgements catastrophiques du marché.

On devrait, tout au moins, s'entendre entre organismes provinciaux de mise en marché pour contrôler, autant que possible, le jeu de l'offre et de la demande et maintenir, dans chaque province, les prix de la volaille à un niveau convenable. L'on sait, en effet, que les difficultés actuelles de l'Office ontarien de mise en marché du poulet de grill proviennent largement de l'envahissement du marché ontarien par les poulets de grill produits au Québec et qu'un envahissement inverse est en train de gêner le fonctionnement de l'Office des producteurs d'oeufs du Québec.

3. Office de mise en marché du boeuf, du veau, de l'agneau et du mouton

Les conditions indésirables qui prévalent dans la mise en marché non seulement du porc, mais de tous les autres bestiaux, appellent logiquement la création éventuelle, à côté de l'office des éleveurs de porcs, d'un office de mise en marché des autres animaux de boucherie qui utiliserait, lui aussi, un système de vente aux enchères par télé-scripteurs.

Toutefois, ce mode de vente, en plus d'exiger que les offres soient faites, non pas à partir du rendement probable des animaux vivants, mais pour la valeur réelle en viande des carcasses, supposerait l'établissement d'un système de classification et d'inspection généralisé et rigoureux qui permette d'établir les prix selon la valeur de chacune des catégories de carcasses. Et c'est parce que ces conditions sont difficiles à réaliser rapidement que nous ne proposons pas la création immédiate de ce dernier office.

Nous recommandons cependant, dans l'immédiat, que le système de vente aux enchères tel que pratiqué actuellement dans les encans régionaux, soit régularisé et encouragé et que les mercuriales soient établies sur une base plus large qu'elles ne le sont actuellement, de façon à tenir compte au moins des prix payés dans ces encans régionaux.

CHAPITRE II

LES MOYENS DE MISE EN MARCHÉ, DU PRODUCTEUR AUX SALAISONS

Comme nous l'avons déjà noté, le producteur québécois d'animaux d'abattage a le choix, pour vendre ses bêtes, entre plusieurs moyens de mise en marché reliés les uns aux autres. Il a le choix entre les encans et les marchés à bestiaux; entre les services offerts par les acheteurs à commission, les commerçants-camionneurs et les transporteurs d'animaux. On trouvera aux pages suivantes une analyse de chacun de ces moyens de mise en marché; il faut cependant noter que le chevauchement de certains de ces canaux rend difficile les analyses et comparaisons financières. Sans compter que le lien entre producteurs et salaisons est surtout assuré par des agents faisant affaire sur une petite échelle (des commerçants-camionneurs, des transporteurs ou des exploitants d'encans) qui ne tiennent à peu près aucune comptabilité au sens conventionnel du mot.

Le présent chapitre se divise donc en quatre parties, sous les rubriques suivantes :

1. fonctionnement des encans;
2. fonctionnement des marchés à bestiaux;
3. agents à commission;
4. commerçants-camionneurs, transporteurs de bestiaux et acheteurs à commission.

1. *Fonctionnement des encans*

Il y a présentement au Québec environ 35 établissements d'encan, dispersés sur tout le territoire. Une vingtaine de ces encans sont reliés à un groupement appelé « L'Association des marchés publics d'animaux vivants du Québec Inc. ». En 1965, environ 19 pour cent des animaux vendus pour abattage au Québec sont passés par ces encans. Le tableau 6 fournit une analyse détaillée de ces transactions.

Notre analyse se base sur un relevé effectué à huit encans qui représentaient, en 1965, environ 46 pour cent de la valeur des ventes de l'ensemble du groupe. Leur volume de vente variait pour l'année entre \$500,000 et \$4,000,000.

Tableau 6. Analyse des ventes aux encans — 1965

<i>Espèces d'animaux</i>	<i>Pourcentage estimatif de ces ventes du total de la production au Québec</i>	<i>Nombre de bêtes vendues aux encans</i>	<i>Valeur estimative en dollars ¹</i>
Boeuf	24	74,160	\$10,694,000
Veau	55	320,980	16,739,000
Porc	6 ²	104,568	5,050,500
Agneau et mouton	25	14,925	298,500
Grand total	19	514,633	\$32,782,000

Plusieurs des propriétaires d'encan pratiquent aussi d'autres activités comme, par exemple, l'agriculture, le camionnage et l'achat à commission. C'est pourquoi il est très difficile d'établir des données financières se rapportant exclusivement aux opérations des encans. Par ailleurs, certains encans n'ont pas de registres comptables conventionnels. L'analyse des transactions des encans contient donc plusieurs données estimatives, calculées suivant les taux de commission présentement en vigueur et d'après les renseignements obtenus au cours d'entretiens avec les intéressés.

Rôle joué par les encans

Un encan est fondamentalement un marché appartenant à des particuliers auquel les éleveurs ou les commerçants d'animaux, dans un rayon d'environ 50 milles, conduisent ou expédient des animaux vivants pour vente à l'enchère. Les animaux sont vendus soit à des acheteurs à commission, représentant des abattoirs et des salaisons, soit encore à des bouchers locaux ou à des commerçants-camionneurs.

La plupart des encans ne sont actifs qu'un soir par semaine. Ce jour-là, les producteurs y conduisent ou y expédient leurs animaux. Les bêtes sont étiquetées à l'arrivée, puis pesées en public avant d'être mises à l'enchère. En moyenne, il y a sur place de dix à quinze acheteurs et la vente se fait sur la base d'offres ascendantes. Le producteur a le droit de faire des offres sur ses propres bêtes. Si une bête est vendue, le producteur verse une commission à l'encan. L'échelle des taux pour cette commission est indiquée au tableau 7. Si le producteur choisit « d'acheter » ses propres bêtes, il ne paie généralement pas de commission; il peut cependant avoir à verser des honoraires ne dépassant pas toutefois 1 pour cent du « prix de vente »,

1. La valeur estimative en dollars pour 1965 exclut les chevaux, les porcelets et animaux de reproduction.

2. 45% des truies sont vendues par l'entremise des encans; cela fait partie des 6%.

ce qui est indiqué au tableau 7 au titre de frais de présentation. La commission est déduite du montant total de la vente, et un chèque pour le montant net est remis au producteur le soir même. Aucun frais de mise en enclos n'est imposé. La plupart des acheteurs remboursent l'encan le soir même ou dans les journées qui suivent.

Tableau 7. Taux de commission des encans — 1966

	Encan A	Encan B & C	Encan D & E	Encan F	Encan G	Encan H
	%	%	%	%	%	%
Frais de présentation	1	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro
Honoraires de base	3	3	3	3	3	3
Boeuf						
— ordinaire	3	3	3	3	3	3
— minimum	\$3.00	Zéro	\$3.00	Zéro	Zéro	Zéro
— maximum	\$5.00	\$5.00	\$5.00	Zéro	Zéro	Zéro
Veau						
— ordinaire	3	3	3	3	3	3
— minimum	\$1.00	\$0.75	\$0.75	Zéro	\$0.50	\$0.75
— maximum	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro	\$0.75	Zéro
Porc	\$1.00	3	3	3	2	3
Truie et verrat	\$2.00 & \$4.00	3	\$4.00	3	3	3
Cheval						
— ordinaire	3	3	3	3	3	3
— minimum	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro	Zéro
— maximum	Zéro	Zéro	\$5.00	Zéro	Zéro	Zéro
Agneau et mouton	\$0.50	3	3	3	3	3

Frais encourus et profits réalisés par les encans

La commission de base représente 3 pour cent du prix de vente, mais elle est soumise à certaines limites quant au minimum et au maximum (voir tableau 7). Nous n'avons pas constaté de différences appréciables dans les taux de commission aux encans que nous avons étudiés. La majeure partie des frais d'exploitation des encans est composée de salaires et gages. Le personnel doit s'occuper des tâches suivantes:

- la réception
- l'étiquetage
- la pesée
- la présentation
- la mise à l'enchère
- la préparation pour expédition.

Pour les encans étudiés, 44 pour cent des revenus en moyenne ont été consacrés, en 1965, au paiement des salaires et gages. Les autres frais, y compris l'assurance, les taxes et l'entretien, prenaient en moyenne 39 pour cent des revenus bruts. C'est dire que le bénéfice net (avant déduction des impôts sur le revenu) était en moyenne de l'ordre d'environ 17 pour cent du total des revenus.

Le fonds de roulement exigé pour l'exploitation d'un encan est à peu près égal à la valeur totale des animaux vendus durant une soirée de mise à l'enchère. Etant donné l'absence de chiffres sûrs et comparables, le calcul des bénéfices par rapport au capital engagé n'a pu être fait.

Evaluation et conclusions

Par les prix payés et la qualité des bêtes, les encans se comparent avantageusement aux marchés à bestiaux. Le volume des ventes s'y accroît sans cesse; et, selon certains témoignages, ce volume pourrait doubler dans les cinq prochaines années. Si tel était le cas, l'accroissement jouerait au détriment des commerçants-camionneurs et des marchés à bestiaux. Aux encans, le producteur est à même de comparer la qualité de ses bêtes avec celle des animaux d'autres éleveurs, et de noter les prix en cours dans sa région. De plus, comme il habite à peu de distance du lieu de vente, ses frais de transport et le risque que ses animaux soient blessés en chemin se trouvent réduits au minimum.

Pour fonctionner avec efficacité, un encan doit posséder les qualités suivantes:

- être bien situé, à proximité d'un nombre suffisant de producteurs,
- s'assurer la présence d'au moins six acheteurs, afin d'obtenir une concurrence satisfaisante au niveau de l'offre,
- satisfaire à des normes élevées quant à la salubrité des lieux,
- respecter certains standards dans l'accomplissement des diverses opérations de mise en marché.

Si, tel que proposé au chapitre 1, des offices de mise en marché des bestiaux étaient institués au Québec, les encans relèveraient alors de la compétence de ces offices. D'une façon plus immédiate, un certain nombre de ces établissements pourraient être désignés comme centres d'arrivage pour le porc vendu par le truchement du réseau de téléscrip-teurs.

Tableau 8. Ventes aux marchés à bestiaux — 1965

Espèces d'animaux	Marché de l'Est			Marché de l'Ouest			Total des marchés à bestiaux		Bêtes provenant du Québec	
	No. de bêtes vendues	% des ventes au Marché de l'Est	% des ventes totales pour les marchés à bestiaux	No. de bêtes vendues	% des ventes au Marché de l'Ouest	% des ventes totales pour les marchés à bestiaux	Nombre de bêtes	Pour- centage	Nombre	Pourcen- tage
Boeuf	60,009	42.5	57.0	45,206	50.2	43.0	105,215	45.5	80,616	76.7
Veau	64,452	45.7	66.9	31,879	35.4	33.1	96,331	41.7	81,509	84.6
Porc	10,562	7.5	52.5	9,573	10.7	47.5	20,135	8.7	17,942	89.1
Agneau & mouton	6,086	4.3	63.8	3,454	3.7	36.2	9,540	4.1	5,839	61.2
Total	141,109	100.0	61.03	90,112	100.0	38.97	231,221	100.0	185,906	80.4

2. *Fonctionnement des marchés à bestiaux*

Organisation

Il y a au Québec deux marchés à bestiaux tous deux situés à Montréal et exploités suivant une réglementation fédérale.

Il s'agit du « Eastern Public Livestock Market » et du « New Montreal Stockyards, Limited ».

Le premier, plus connu sous le nom de « Marché de l'Est », est exploité par « Marathon Realty Company Limited », une filiale du Pacifique Canadien. Le volume annuel de ses affaires se chiffre à peu près à 150,000 têtes de bétail. Le second, qu'on appelle couramment « le Marché de l'Ouest », appartient à une société privée qui loue ses locaux et ses terrains du Canadien National. Son volume annuel s'établit à environ 100,000 têtes de bétail.

Des agents à commission accrédités s'occupent d'à peu près toutes les transactions d'animaux aux marchés à bestiaux; il y en a quatre au « Marché de l'Est » et cinq au « Marché de l'Ouest ».

Le pourcentage de la production du Québec vendue par l'entremise des marchés à bestiaux se répartit comme suit:

Boeuf	26%
Veau	14% ¹
Porc	1.2%
Agneau et mouton	10%

Sept pour cent seulement de la production totale des animaux du Québec vendus pour abattage en 1965 sont passés par les deux marchés à bestiaux de Montréal.

Rôle joué par les marchés à bestiaux

Les marchés à bestiaux sont des lieux de rencontre entre les vendeurs et les acheteurs. L'agent à commission sert d'intermédiaire entre les deux parties. Les approvisionnements, par catégorie de fournisseurs, se répartissent comme suit:

— Commerçants-camionneurs	50%
— Eleveurs	38%
— Coopératives locales	12%

1. Ceci comprend 4 pour cent de la production totale des éleveurs du Québec qui est d'abord vendue à des encans avant de parvenir aux marchés à bestiaux.

Le fournisseur de bestiaux est libre de choisir l'agent à commission qui lui convient. Il conclut alors avec ce dernier un accord quant au prix minimum qu'il entend obtenir.

Au « Marché de l'Ouest », celui-ci peut exceptionnellement vendre les bêtes directement à l'un des acheteurs présents les jours où il n'y a pas d'enchères, mais la pratique régulière est de les offrir aux enchères.

Chaque bête est alors conduite vers une piste où l'enchère se fait sur la base d'offres ascendantes. Pour chaque bête, l'enchère dure environ une minute. Si l'agent à commission n'obtient pas le prix voulu, il peut refuser de vendre; dans ce cas, la bête est remise en vente le jour suivant.

Cinq acheteurs importants sont habituellement représentés aux ventes à l'enchère. Il s'agit de Abramovicz, Canada Packers, Legrade, Levinoff et Polansky. De cinq à dix autres acheteurs sont également aussi présents.

Au « Marché de l'Est », la vente à l'enchère a lieu environ 180 jours par année tandis qu'au « Marché de l'Ouest », elle a lieu de 120 à 150 jours par année.

Frais encourus et profits réalisés par les marchés à bestiaux

Les marchés à bestiaux tirent leurs revenus des divers frais qu'ils imposent (voir le tableau 9). Les frais de mise en enclos exigés des fournisseurs varient entre \$0.35 et \$2.00 la bête, et constituent la principale source de revenus des marchés. Comme on peut le voir en consultant le tableau, les frais varient d'un marché à l'autre.

Nous avons constaté des différences considérables dans les méthodes d'exploitation utilisées par les deux marchés. Le « Marché de l'Est », s'efforce de réduire les frais encourus pour nourrir et abreuver les animaux en les vendant le plus rapidement possible; aussi, les revenus attribuables à l'alimentation des bêtes ne constituent-ils que 27.5 pour cent de ses recettes totales, alors qu'au « Marché de l'Ouest » ils atteignent 53.3 pour cent. Dans l'ensemble les frais imposés par le « Marché de l'Est » sont un peu plus élevés que ceux encourus au « Marché de l'Ouest ».

Évaluation et conclusions

L'efficacité de l'exploitation des marchés à bestiaux n'est pas ce qu'elle devrait être, parce que dans les deux cas, on se sert de bâtiments trop vieux. C'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles le nombre des animaux qui y passent a diminué de façon constante.

Les marchés à bestiaux sont situés à des endroits qui, à l'origine, ont été choisis en raison du fait que le transport des bestiaux s'effec-

**Tableau 9. Frais imposés par les marchés à bestiaux
(en vigueur en 1966)**

Description des frais	Marché de l'Est		Marché de l'Ouest
	Par rail	Autres	Tous
Mise en enclos	\$	\$	\$
— Bovins	1.30	1.60	1.50
— Taureaux	2.00	2.00	2.00
— Veaux (moins de 400)	0.50	0.60	—
— Veaux (moins de 450)	—	—	0.55
— Porcs	0.40	0.45	0.35
— Moutons, agneaux et chèvres	0.40	0.45	0.35
— Chevaux	1.30	1.60	2.00
Quais (chargement et déchargement)	3.00	3.00	2.50
Assurance-feu (par lot)	0.15	0.10	0.10
Test (par bête)	0.55	0.55	0.50
Frais de manutention à l'acheteur			
— Bovins	0.25	0.25	0.25
— Autres animaux	0.10	0.10	0.10
Services spéciaux	Coût	Coût	Coût
	effectif	effectif	effectif
	+ 25%	+ 25%	+ 25%

tuait principalement par rail, ce qui n'est plus le cas. La principale raison pour laquelle ils y sont encore est leur proximité des abattoirs et des salaisons.

Les arrivages y sont trop irréguliers, la mise à l'enchère ne s'y fait que de 150 à 180 jours par année, et les écarts de taux de l'un à l'autre sont injustifiés.

Les marchés à bestiaux, tels qu'ils fonctionnent présentement au Québec, ne permettent pas à la libre concurrence de jouer pleinement, à cause du nombre relativement restreint de bestiaux qui y sont transigés et de l'influence que les prix cotés par la Coopérative Fédérée y exercent. Nous avons vu d'ailleurs que cette libre concurrence n'existait pratiquement pas dans le cas du porc. De plus, les prix établis sur ces marchés gênent la libre concurrence dans le reste de la province, parce qu'ils sont publiés dans les journaux toutes les semaines et diffusés à la radio tous les jours et que, faute d'autres renseignements sur les cours, ils sont considérés comme les prix officiels pour l'ensemble du marché québécois des bestiaux.

Nous considérons qu'un marché à bestiaux à Montréal suffirait et qu'il pourrait être avantageusement établi en dehors des limites de la ville dans des locaux plus modernes et plus près des sources d'approvisionnement.

3. *Agents à commission*

Généralités

Les agents à commission ont pour fonction d'offrir les animaux d'abattage en vente aux deux marchés à bestiaux de Montréal, pour le compte des producteurs, des commerçants-camionneurs et autres propriétaires d'animaux.

Il y a quatre de ces agents au «Marché de l'Est» et cinq au «Marché de l'Ouest».

Rôle que jouent les agents à commission

La fonction principale de l'agent consiste à servir d'intermédiaire entre les acheteurs et les vendeurs. Il représente le vendeur, lors de la mise à l'enchère, et est rétribué pour ses services sur une base de commission.

Frais encourus et profits réalisés par les agents

Les revenus de l'agent proviennent de la commission qu'il obtient des propriétaires d'animaux. Les échelles de taux en vigueur figurent au tableau 10.

On constate d'après ce tableau que des taux différents sont imposés pour la même catégorie d'animaux sur les deux marchés, ce qui nous semble une anomalie.

Nous avons obtenu des états financiers pour l'année 1965 de la part des quatre agents à commission qui font affaires au «Marché de l'Est». L'analyse des chiffres démontre que leur principal poste de dépenses est constitué par les salaires et gages qui, en moyenne, ont pris 54.2 pour cent de leurs revenus. Les loyers et frais divers se sont élevés en moyenne à 27.7 pour cent des revenus.

Tableau 10. Echelle des taux en cours, en 1966, pour les agents à commission aux marchés à bestiaux.

<i>Espèces d'animaux</i>	<i>Taux</i>	
	<i>Marché de l'Est</i>	<i>Marché de l'Ouest</i>
Taureaux, 1,000 lbs et plus	2.00	2 00
Vaches	1.60	1.70
Taureaux, moins de 1,000 lbs	1.60	1.70
Veaux, 300 lbs et plus	1.00	1.00
Veaux, moins de 300 lbs	0.45	0.50
Porcs	0.45	0.40
Truies	0.45	0.60
Agneaux et moutons	0.45	0.40
Chevaux	1.60	2.00

Le profit net, avant paiement de l'impôt sur le revenu, s'est situé en moyenne à 18.1 pour cent.

4. *Commerçants-camionneurs, transporteurs et acheteurs à commission*

Généralités

Les commerçants-camionneurs, les transporteurs et les acheteurs à commission sont des agents qui participent à diverses transactions intervenant entre les producteurs et les abattoirs ou les salaisons. Leurs fonctions s'entrecroisent et la plupart agissent à deux ou trois titres, au besoin, afin de tirer parti des occasions qui se présentent.

Aussi, devient-il pratiquement impossible de faire un départage rigoureux entre les commerçants-camionneurs, les transporteurs et les acheteurs à commission, qui permettrait de déterminer leur importance relative.

Le rôle que jouent les commerçants-camionneurs, transporteurs et acheteurs à commission

— le commerçant-camionneur

C'est un négociant qui achète des animaux vivants soit chez l'éleveur, soit aux encans et qui les revend aux abattoirs, aux salaisons ou à d'autres acheteurs. Habituellement, il effectue le transport des animaux entre la ferme ou le lieu d'encan et les locaux de l'acheteur.

— le transporteur

C'est une personne qui effectue le transport des animaux vivants entre divers endroits le long de la « chaîne » d'approvisionnement et qui tire ses revenus des frais de transport qu'il perçoit.

— l'acheteur à commission

C'est un agent qui achète, moyennant honoraires, des animaux vivants chez les éleveurs, dans les encans ou aux marchés à bestiaux, pour le compte d'abattoirs, salaisons ou autres entreprises. Certains d'entre eux effectuent également le transport des animaux aux locaux de l'acheteur.

Frais encourus et profits réalisés

Il nous a été impossible d'obtenir des données financières utilisables de la part des commerçants-camionneurs, transporteurs et acheteurs à commission. De toute façon, toute comparaison d'ordre quantitatif entre une catégorie et une autre aurait pu nous induire en erreur, à cause du chevauchement des catégories. Nous avons cependant réussi, au moyen d'entrevues et d'entretiens, à obtenir des renseignements sur les taux imposés.

— par les commerçants-camionneurs

La rentabilité de ce genre de commerce dépend entièrement de la connaissance que possède le commerçant des cours du marché et de sa compétence à déterminer d'avance le rendement probable en viande de chaque animal vivant qu'il achète pour la revente.

Le commerçant-camionneur peut faire un profit d'environ un cent la livre en vendant les animaux vivants aux encans ou aux marchés à bestiaux. Il peut aussi jouer le même rôle entre les encans et les abattoirs et réaliser ainsi un bénéfice d'environ un dollar la bête. Il peut enfin augmenter ses revenus en agissant comme transporteur et comme acheteur à commission.

— par les transporteurs

A l'heure actuelle, il n'existe pas d'échelle contrôlée de taux pour le transport des animaux vivants. Les renseignements que nous avons obtenus démontrent que les frais de transport entre la ferme et l'encan varient entre \$0.50 et \$1.00 par tête pour le porc et le veau, et de \$1.00 à \$5.00 par tête pour le boeuf. Des taux similaires s'appliquent pour le transport des animaux vivants entre les encans et les abattoirs ainsi qu'entre les fermes et les coopératives locales. Entre les coopératives locales et les abattoirs coopératifs, le transport est effectué soit par les camions de la coopérative, soit par des compagnies indépendantes de camionnage. Les taux sont à peu près les mêmes que ceux qui sont imposés pour l'expédition directe.

Dans le cas de l'expédition directe de la ferme aux abattoirs, les taux de transport sont d'environ \$1.00 par tête pour le porc, le veau, l'agneau et le mouton; et de \$2.00 par tête, si la bête est particulièrement lourde. Ils sont de \$5.00 par tête pour le boeuf. En plus des frais de transport, l'éleveur peut assurer ses bêtes moyennant une prime de 10 à 50 cents par tête, selon l'espèce des animaux et les exigences de l'assureur.

Les transporteurs retirent souvent des revenus additionnels en agissant comme acheteurs à commission. Dans le cas des porcs, plusieurs témoins affirment que les camionneurs reçoivent parfois jusqu'à \$2.00 par porc des abattoirs pour livraison directe.

— par les acheteurs à commission

Les abattoirs et les salaisons préviennent à l'avance les acheteurs à commission quant aux prix maximums qu'ils sont disposés à payer pour chaque espèce d'animaux. L'acheteur à commission s'efforce ensuite d'acheter des animaux à un prix inférieur ou tout au plus égal à celui qu'offrent les abattoirs et salaisons. Il reçoit environ 50 cents par tête pour ses services. Il peut augmenter ses revenus en agissant comme transporteur.

Evaluation et conclusions

Les présentes méthodes de mise en marché permettent au commerçant-camionneur de jouer un rôle utile dans le domaine du transport; cependant, le fait qu'à un stade les animaux passent en sa possession doit être considéré comme constituant une transaction superflue. Pour sa part, le producteur peut difficilement discuter sur les prix et le rendement de chaque bête lorsqu'il fait affaire avec un commerçant-camionneur.

— les transporteurs

Les transporteurs jouent un rôle non seulement utile mais essentiel. Il y aurait cependant avantage à ce que leurs tarifs soient uniformisés selon certains critères bien définis par la Régie des marchés agricoles après consultations de l'association des camionneurs et des associations ou des offices de producteurs intéressés.

— les acheteurs à commission

Si, dans la situation actuelle, les acheteurs à commission servent les intérêts des salaisons et des abattoirs en leur permettant d'obtenir leurs approvisionnements de tous les coins de la province sans encourir les frais d'un nombreux personnel salarié, ils exercent toutefois, au détriment des éleveurs, une pression à la baisse sur les cours en divertissant des marchés publics, où les prix doivent normalement s'établir, une forte proportion de l'offre.

Des organismes provinciaux de mise en marché qui canaliserait tout le bétail vers les marchés publics et où, du même coup, les abattoirs et les salaisons pourraient se procurer tous leurs approvisionnements, concilieraient ici les intérêts des deux parties en cause. Le rôle des acheteurs à commission se ramènerait alors exclusivement à celui d'agents des abattoirs et des salaisons auprès des marchés publics.

CHAPITRE III

L'INDUSTRIE DE L'ABATTAGE ET DE L'APPRÊTAGE DES BESTIAUX

Les chapitres précédents ont concentré leurs analyses sur une première étape de l'acheminement des produits de la viande, jusqu'au consommateur, celle qui va de l'éleveur jusqu'aux établissements d'abattage.

Dans le présent chapitre, nous étudierons la phase de l'abattage et de la transformation des bestiaux en produits de consommation; le chapitre suivant étant consacré à l'industrie de l'abattage et de l'apprêtage des volailles.

Trois types d'établissements retiendront ici notre attention: les abattoirs, les salaisons et les charcuteries.

Un *abattoir* est un établissement où l'on fait l'abattage des animaux et où l'on ne fait pas ou peu de transformation de la viande. Une *salaison* est un établissement où l'on s'occupe à la fois de l'abattage des animaux et de l'apprêtage de la viande. Dans certains cas, l'abattage et l'apprêtage sont effectués par des divisions distinctes d'une même entreprise, possédant parfois des locaux séparés. Une *charcuterie* s'occupe de l'apprêtage de la viande ou des volailles mais ne fait pas d'abattage. Dans la plupart des cas, les entreprises de cette catégorie pratiquent, à titre de charcutiers-grossistes, le commerce en gros et distribuent leurs produits à des détaillants, des restaurants, des maisons d'enseignement, des hôpitaux et autres institutions.

On trouve dans la province trois genres d'établissements s'occupant d'abattage:

- les salaisons sous inspection fédérale;
- les abattoirs régionaux sous inspection provinciale;
- les abattoirs régionaux non certifiés.

L'importance de chacun de ces groupes d'établissements est indiquée par le tableau 11 se rapportant à l'abattage du porc au Québec, durant 1966.

Les éleveurs conduisent tous leurs bestiaux au marché, sans égard à la qualité des bêtes et sans tenir compte des fluctuations saisonnières de l'offre et de la demande, en escomptant que les abattoirs et salaisons achèteront tout ce qui est offert en vente. L'industrie de la viande au Québec peut abattre et apprêter beaucoup plus de

Tableau 11. Répartition de l'abattage du porc au Québec — 1966

<i>Genre d'établissements d'abattage</i>	<i>Nombre d'établissements</i>
Salaisons sous inspection fédérale	
— Coopératives	4
— Autres	6
Abattoirs régionaux sous inspection provinciale ¹	36
Abattoirs régionaux non réglementés ²	650 — 750
Abattage sur les fermes ³	

bestiaux que l'on en élève en cette province. Cette industrie se compose présentement d'environ 600 établissements allant des grandes maisons de salaison aux petits abattoirs régionaux qui ne sont pas soumis à l'inspection régulière du gouvernement. Les grandes maisons de salaison possèdent un outillage moderne, très mécanisé, et s'occupent de l'apprêtage des produits comestibles et non comestibles. Les petits abattoirs ne travaillent parfois que deux ou trois jours par semaine et, dans certains cas, que sur commande pour fin de distribution locale; et cela sans outillage moderne et dans des locaux qui ne sont pas approuvés par les services d'inspection du gouvernement.

1. Salaisons inspectées par le gouvernement fédéral

On compte au Québec 10 salaisons inspectées par le gouvernement fédéral:

- Brassard Frères, à Chicoutimi
- Burns Foods, Limited, à Montréal
- Canada Packers, Ltd. (2 à Montréal et 1 à Hull)
- La Chaîne Coopérative du Saguenay, à Saint-Bruno
- La Coopérative Fédérée de Québec, à Montréal, Princeville et Québec
- Saint-Jean & Fils, à Saint-Hyacinthe.

Toutes, sauf une, sont membres du Conseil des salaisons du Canada. Ensemble, elles effectuent l'abattage de plus de 55 pour cent des bêtes abattues pour des fins commerciales en cette province. Seuls ces 10 établissements dont les installations et la production sont conformes aux normes établies par le gouvernement fédéral, peuvent

1. En 1967, leur nombre n'est plus que de 36.

2. Le nombre des abattoirs régionaux non réglementés a diminué durant l'année à un total estimatif d'environ 650. A la fin de 1966, on n'en comptait plus qu'environ 550.

3. L'abattage sur la ferme comprend environ 2 pour cent des animaux abattus sur la ferme pour vente au public.

expédier de la viande hors de la province. En retour, toute carcasse ou coupe de viande en provenance de l'extérieur du Québec doit aussi avoir été examinée et approuvée par les inspecteurs du gouvernement fédéral.

Cette branche de l'industrie possède une capacité de production qui dépasse largement ses possibilités d'approvisionnement. On en a eu la preuve en 1965 durant la grève des employés de Canada Packers: durant cette grève, les autres salaisons ont pu absorber la totalité des arrivages québécois.

Dans le mémoire qu'il soumettait au Comité conjoint spécial sur le crédit au consommateur, le président de Burns Foods, Limited affirmait que l'industrie canadienne possédait un surplus de capacité de production de l'ordre d'au moins 25 pour cent. Nos estimations de ce surplus pour le Québec sont d'environ 35 pour cent.

L'utilisation de l'outillage et des locaux à un rythme inférieur à leur capacité, a pour effet d'élever le niveau des « frais fixes » par unité de production. Des frais additionnels sont encourus par les salaisons lorsque, pour s'assurer un approvisionnement stable en animaux vivants, elles offrent aux transporteurs des primes qui viennent s'ajouter indûment aux frais normaux du transport.

Ce surcroît de capacité de production dans l'industrie est attribuable à divers facteurs, dont les suivants:

- l'incidence des périodes de pointes saisonnières;
- le fait que les producteurs peuvent choisir à leur gré le jour auquel ils conduisent leurs bêtes au marché;
- le fait que la demande des principaux acheteurs est instable, à cause de la façon dont leur clientèle fait ses emplettes, et de la pratique commerciale, dite de « spéciaux ».

La plupart des salaisons sous inspection fédérale possèdent un outillage très mécanisé. Certaines d'entre-elles disposent de treuils montés sur rails motorisés et se servent de palans et d'appareils mécaniques dans leur chaîne de production. Cependant, toutes les salaisons du Québec, sauf une, occupent des locaux désuets et souvent trop petits pour l'abattage et l'entreposage.

A notre avis, on pourrait parvenir à une plus grande efficacité si on adoptait des programmes d'aménagement et d'opération plus conformes aux normes du génie industriel moderne.

En général, les salaisons sous inspection fédérale fonctionnent à un rendement de 55 à 70 pour cent de leur capacité optimum.

2. *Abattoirs sous inspection provinciale*

On compte présentement 36 abattoirs soumis à la surveillance et à l'inspection du ministère de l'Agriculture et de la Colonisation du Québec. Ceux qui s'occupent de l'abattage du porc, du mouton et de l'agneau obtiennent les services de classification du gouvernement fédéral. Les dimensions, la capacité de production et l'outillage varient d'un abattoir à l'autre mais, dans la plupart des cas, ces établissements sont trop petits, désuets et inefficaces.

A partir d'entretiens avec les exploitants et de l'étude des statistiques sur le nombre moyen de jours de travail par semaine ou par mois dans les abattoirs sous inspection provinciale, nous pouvons conclure que ces établissements en 1966 fonctionnaient en moyenne dans une mesure allant de 35 à 40 pour cent seulement de leur capacité de production. Par contre, quelques abattoirs situés à des endroits particulièrement favorables fonctionnaient à environ 80 pour cent de leur capacité.

3. *Abattoirs régionaux non certifiés*

En 1966, il y avait environ 550 abattoirs non certifiés dans la province, leur nombre ayant diminué considérablement depuis 1960 puisqu'il y en avait alors environ 900, et surtout depuis la fin de 1965 alors qu'il y en avait encore 750. Même s'il y a de moins en moins de ces abattoirs régionaux non certifiés, on ne constate aucune surcharge pour l'ensemble de l'industrie, et celle-ci demeure encore hautement concurrentielle.

Plusieurs de ces abattoirs sont exploités par des bouchers locaux, faisant affaires en milieu rural ou dans de petits centres urbains. Ils ne disposent d'à peu près aucun outillage moderne. Les méthodes d'abattage et les installations sont rudimentaires dans l'ensemble. Nous estimons que ces petites exploitations opèrent en moyenne à moins de 50 pour cent de leur capacité de production.

Dans la mesure où le Gouvernement provincial devient plus rigoureux dans l'application des normes de salubrité aux opérations d'abattage des bestiaux et d'apprêtage de la viande, ces établissements marginaux sont forcés les uns après les autres d'améliorer leurs installations ou de fermer leurs portes.

Profits réalisés

Il ne nous a pas été possible d'établir les profits relatifs à l'abattage dans les salaisons car leur comptabilité ne permet pas d'isoler les profits qu'ils font sur l'abattage de ceux qu'ils retirent de l'apprêtage.

Aussi ne sera-t-il question ici que des profits globaux des salaisons. De plus, dans le cas des grandes salaisons d'envergure canadienne, les états financiers ne permettent pas d'établir les profits faits dans leurs établissements au Québec, ce qui constitue une autre limitation. Nous avons pu, par ailleurs, établir des marges de profit pour les 50 abattoirs régionaux sous inspection provinciale à partir d'un échantillon de 19 entreprises, représentant 88 pour cent des abattages du groupe.

Pour diverses raisons, dont l'absence d'états financiers utilisables, il nous a été impossible d'établir les marges de profit pour les abattoirs régionaux non certifiés.

Le tableau 12 indique que le profit net moyen sur le total des ventes des abattoirs régionaux sous inspection provinciale était, d'après notre échantillon, en 1965, de 1.25 pour cent; ce qui nous paraît un profit insuffisant, bien qu'il soit supérieur à celui des salaisons.

Les profits des salaisons sont en effet de moins de 1 pour cent des ventes en moyenne, tant au Canada qu'aux Etats-Unis, comme on peut le constater par le tableau 13, ce qui représente un taux de profit bien inférieur à celui des autres industries.

Par exemple, les états financiers de Canada Packers pour l'exercice qui a pris fin le 26 mars 1966, indiquent que les profits pour l'ensemble des affaires de la compagnie se sont chiffrés à 1.13 pour cent du montant total des ventes. Dans les renseignements que cette compagnie a fournis au Comité conjoint sur le Crédit au consommateur, elle révélait, par ailleurs, que les profits réalisés sur les affaires de sa division des bestiaux au Canada se chiffraient à 0.4 pour cent du montant total des ventes, 56 pour cent de la totalité des ventes de la compagnie étant attribuables à cette même division. Devant le même Comité, la firme Burns Foods, Limited a déclaré avoir réalisé des profits nets, pour l'ensemble de ses affaires, d'environ \$250,000 sur un total de ventes de \$200,000,000 au cours de 1965. N'eut été une réduction de \$713,000 au poste d'amortissement, la compagnie aurait subi une perte nette. Sur l'ensemble des ventes de Burns Foods, Limited, une proportion de 69 pour cent était attribuable à la division de la salaison. Les chiffres soumis par Swift Canadian Company indiquaient un profit net de 0.8 pour cent sur l'ensemble des ventes de la compagnie.

Si l'on constituait une liste des 100 compagnies canadiennes les plus importantes, et si on les énumérait par ordre d'importance de leurs profits par rapport aux ventes, les salaisons figureraient au

48 **Tableau 12. Abattoirs régionaux sous inspection provinciale — rapports entre coûts et profits — 1965**

	Groupe « A » volume annuel de ventes dépassant un \$1.5 million	Groupe « B » volume annuel de ventes entre \$750,000 — \$1.5 million	Groupe « C » ventes de moins de \$750,000	Moyenne pondérée pour tous les groupes
	%	%	%	%
Coût des bestiaux et matières premières	92.29	87.44	92.00	90.98
Salaires et gages	3.05	5.73	3.16	3.75
Autres frais d'exploitation	3.33	5.14	3.72	3.88
Impôts sur le revenu	0.21	0.09		0.13
Profit net d'exploitation	1.12	1.60	1.14	1.25
Total des ventes	\$8,930,385	\$4,441,500	\$4,214,418	\$17,586,303

Tableau 13. Salaisons sous inspection fédérale — rapports estimatifs entre coûts et profits — 1965

	A	B	C	D	E	Moyenne pondérée pour l'industrie	Industrie des salaisons (E.-U.)
Coût des bestiaux et matières premières	78.5	80.6	78.0	77.2	81.7	78.5	75.0
Salaires et gages	11.5	9.7	10.6	12.3	7.8	11.4	12.7
Emballages, fournitures, etc.	3.9	3.4	4.0	3.9	2.6	3.8	3.5
Autres dépenses	5.1	6.4	6.9	4.5	7.1	5.2	7.1
Impôts et taxes	0.5	—	—	1.3	0.2	0.6	0.9
Profit net d'exploitation	0.5	(0.1)	0.5	0.8	0.6	0.5	0.8
	—	—	—	—	—	—	—
Ventes nettes	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

bas de la liste. Comme on peut le voir aux tableaux 14 et 15, le même état de choses se présente aux Etats-Unis¹.

Cependant cette façon de calculer le rendement des salaisons par leur marge de profit net sur le total de leurs ventes annuelles peut laisser croire qu'elles sont dans une situation financière désespérée et toutes incessamment vouées à la faillite. Ce serait là une fausse impression dans le cas d'une industrie où le roulement des stocks et par conséquent le renouvellement des ventes sont particulièrement rapides. En effet, la situation financière des salaisons

**Tableau 14. Taux de rendement des salaisons aux Etats-Unis
1961 — 1965**

Année	Revenu net après impôts, en pourcentage		
	<i>Des ventes</i>	<i>Des actifs</i>	<i>De l'équité</i>
1961	.6	3.2	5.0
1962	.8	4.2	6.6
1963	.8	4.3	6.9
1964	1.1	5.7	9.2
1965	.8	3.8	6.1

apparaît moins sombre si on juge de leur rendement, non plus par rapport à leur chiffre d'affaires, mais par rapport à leur équité, c'est-à-dire en fonction de la valeur du capital qui y est engagé. C'est ainsi, par exemple, que Canada Packers réunissait avec son mince profit de 1.13 pour cent sur le chiffre de ses ventes, à enregistrer pour l'ensemble de ses opérations, à vrai dire très diversifiées, un profit sur son équité de 9.9 pour cent, ce qui la situe près de la moyenne du rendement du capital de l'ensemble de l'industrie canadienne.

Mais cette correction étant apportée, il n'en reste pas moins que, même calculés en fonction de l'équité, les profits des salaisons canadiennes qui, incidemment, sont loin de faire toutes aussi bonne figure que Canada Packers, sont trop bas pour y pratiquer un auto-financement normal et y attirer facilement de nouveaux capitaux.

Nous considérons cette situation comme malsaine, même du point de vue des éleveurs, car l'industrie de la salaison n'est pas ainsi en mesure de se moderniser et de contenir efficacement les pressions à

1. « Financial Facts About the Meat Packing Industry 1965, Appendix Table II — American Meat Institute publication »; et de « Organization and Competition in the Livestock and Meat Industry (op. cit.) ».

Tableau 15. Rapports financiers pour l'ensemble des sociétés manufacturières aux Etats-Unis, par genre d'industries — 1965

Genre d'industries	Bénéfices exprimés en pourcentages		
	Des ventes	Des actifs	De l'équité
Produits durables			
Avions et pièces	3.26	5.63	
Objets divers de fabrication	3.80	5.36	10.69
Machines et équipement électriques	4.75	7.05	12.95
Fer et acier bruts	5.73	6.12	9.60
Véhicules-moteurs et équipement	7.21	11.79	18.99
Total — produits durables	5.66	7.91	13.43
Produits non durables			
Produits de boulangerie	2.14	5.70	9.19
Vêtements et autres produits	2.33	5.74	12.39
Produits laitiers	2.45	5.86	10.03
Autres aliments et produits analogues	2.68	6.26	10.29
Papier et produits connexes	4.96	5.78	9.22
Produits chimiques et produits connexes	7.94	8.99	14.75
Raffinage du pétrole et produits connexes	10.60	8.11	11.42
Total — produits non durables	5.50	7.41	11.81
Total — industries manufacturières	5.58	7.66	12.62
Industrie des salaisons	.77	3.81	6.10

la baisse qu'exerce l'immense pouvoir d'achat des magasins à chaîne et des chaînes de détaillants associés.

L'apprêtage

On entend par apprêtage d'une part, le dépeçage des carcasses d'animaux en coupes adaptées aux besoins des clients et d'autre part, la transformation de certaines de ces coupes en produits plus élaborés, tels que le bacon, la saucisse, le saucisson, diverses préparations à base de viande et différents types de viandes en conserve.

D'après le double sens de l'expression, les entreprises d'apprêtage se divisent en deux catégories principales:

- les *bouchers-grossistes* qui s'occupent à peu près uniquement de dépecer les carcasses de bestiaux en coupes primaires pour les revendre aux détaillants et aux institutions. L'apprêtage plus poussé qu'ils peuvent effectuer se borne généralement à la fabrication de la saucisse ou de la viande de saucisse. Ce

groupe semble en voie de disparaître et c'est pourquoi nous n'avons pas jugé nécessaire de l'analyser et de le faire figurer dans nos tableaux.

- *les charcutiers en gros* qui se spécialisent dans la seconde phase de l'apprêtage et qui constituent un groupe très important dans l'industrie de la viande.

Cette dernière catégorie est très diversifiée. Des charcuteries apprêtent les coupes de toutes sortes de bestiaux; d'autres s'en tiennent à celles d'une seule espèce. Chez Coorsh, par exemple, on fait principalement l'apprêtage du boeuf, alors que chez Supreme Packers on ne traite que du porc. Des établissements apprêtent toutes les coupes d'une carcasse, d'autres, que certaines coupes. La gamme des produits est aussi plus ou moins restreinte selon les établissements. Tout ceci, en plus des différences dans les produits, rend difficiles les comparaisons entre les établissements.

On compte dans la province près de 200 établissements engagés, au niveau du gros, dans l'apprêtage de la viande.

- 85 opèrent sous la surveillance du ministère de l'Agriculture et de la Colonisation du Québec. Ils sont dispersés dans la province en dehors des limites de Montréal;
- 51 situés à Montréal même sont soumis à la surveillance du Service de santé de la ville;
- les autres sont installés dans la région environnante de Montréal à proximité de leur principal marché et relèvent de la surveillance des autorités locales.

Les sous-produits de l'abattage et de l'apprêtage

Des sous-produits ayant une valeur marchande peuvent être extraits de l'animal aussi bien au stade de l'abattage qu'aux deux phases de l'apprêtage.

Il s'agit des peaux, des gras pour consommation humaine et de produits comme le suif, le poil, le sang, les résidus de graisse et les os qu'on peut, entre autres usages, préparer en farine pour être incorporée aux moulées d'élevage.

Le revenu net que retirent les salaisons, les abattoirs et les charcuteries de la vente de ces sous-produits semble être directement proportionnel à l'ampleur de leurs affaires. Par exemple, Canada Packers, Ltd évaluait que le revenu net (en février 1966) attribuable aux sous-produits provenant d'un bouvillon de choix d'un poids vivant de 1,050 lbs (c'est-à-dire d'une carcasse de 598½ lbs, poids habillé) était de \$29.51. Pour une carcasse de porc de catégorie « B » de 156 lbs, poids habillé, la même salaison réalisait un revenu de \$8.09 avec les sous-produits du dépeçage (juin 1966). Burns Foods, Ltd établissait la valeur des sous-produits (en octobre 1966) à \$16.08

pour une carcasse de boeuf de 545 lbs et à \$2.29 pour une carcasse de porc de 155 lbs. Par contre, un charcutier qui n'apprête que le porc, a réalisé par la vente des sous-produits moins de 25 cents par carcasse apprêtée. Plusieurs des petits abattoirs et petites charcuteries n'obtiennent aucun revenu ou qu'un revenu très faible de la vente des sous-produits non comestibles et ont tendance à considérer comme déchets ces matières que les grandes salaisons trouvent rentable de récupérer. A cause de la distance qui les sépare des établissements d'extraction de la graisse et des usines de transformation situées à Montréal, les abattoirs plus petits, situés en province, considèrent habituellement qu'il ne vaut pas la peine d'y transporter les sous-produits. De plus, la loi leur défend de les vendre pour transformation aux grands établissements sous inspection fédérale.

Il en résulte, pour les grandes salaisons, un avantage marqué par rapport aux abattoirs de province et aux petits charcutiers.

Frais encourus et profits réalisés

Les frais encourus et les profits réalisés par les salaisons et les abattoirs ont déjà été analysés. Il est particulièrement difficile d'établir des comparaisons entre les entreprises qui s'occupent d'apprêtage, pour les raisons suivantes:

- le regroupement des opérations d'abattage et d'apprêtage dans les salaisons d'une part, et les fonctions de commerce en gros et même d'apprêtage qu'assument les magasins à chaîne;
- l'impossibilité de répartir les données financières des bilans consolidés des salaisons et de certains autres établissements entre l'apprêtage et le commerce en gros;
- la diversification très poussée des charcutiers en gros déjà mentionnée.

Cependant, nous avons inclus à la page 5 de l'annexe D un aperçu des rapports entre coûts et profits chez trois charcutiers-grossistes installés en province. Les renseignements financiers obtenus de certaines autres compagnies, par suite de visites ou d'entretiens, se sont révélés insuffisants pour fins d'analyse. Les marges de profits sont, en moyenne, légèrement supérieures à celles des salaisons et des abattoirs. On y constate une meilleure utilisation des aménagements et de l'équipement que dans les salaisons et les abattoirs. De plus, le charcutier-grossiste a en sa faveur les avantages suivants:

- il n'est pas tenu d'acheter les animaux en entier; il n'achète que les coupes et les quantités dont il a besoin;
- il profite de l'efficacité liée à la spécialisation et de la faveur du public qui exige de plus en plus de produits déjà apprêtés, de viandes cuites, tranchées d'avance et présentées de façon attrayante.

C'est à titre d'entreprises d'apprêtage, et non d'abattage, que les grandes salaisons, tout comme le charcutier-grossiste spécialisé, cherchent à se créer un achalandage auprès du consommateur par le truchement de la publicité et de campagnes « d'aide-à-la-vente ». On ne peut utiliser de marque de commerce s'il s'agit de viandes fraîches vendues au détail; mais il n'en est pas ainsi dans le cas du bacon tranché, de la saucisse, du jambon cuit, de la saucisse fumée, des viandes fumées et autres produits apprêtés de ce genre. La grande majorité de ces produits portent la marque de commerce de la salaison ou du charcutier, et se prêtent, en tant que tels, aux méthodes modernes de promotion des ventes.

Les frais de publicité et « d'aide-à-la-vente », dans le cas des viandes apprêtées, vendues sous une marque de commerce distincte, s'échelonnent entre \$0.005 la livre et plus de \$0.01 la livre. Le coût de l'emballage, avec indication de la marque de commerce, varie considérablement, comme l'illustre le tableau 16.

Évaluation et conclusions

L'abattoir, la salaison et le charcutier-grossiste jouent un rôle essentiel dans la chaîne reliant le producteur au consommateur. Contrairement à certains autres intermédiaires, comme les commerçants-camionneurs, les établissements d'abattage et le charcutier-grossiste exercent une fonction nécessaire. Ils devront toutefois, pour remplir cette fonction d'une façon efficace et rentable, s'organiser pour résoudre les problèmes de leur industrie et s'adapter aux changements qui s'annoncent dans le système de mise en marché.

Tableau 16. Coût de l'emballage pour vente au détail

	<i>Salaison A</i> cents/lb.	<i>Salaison B</i> cents/lb.
Bacon, 1 lb. — Pellicule et cartonnage	2.99	3.60
Saucisses fumées, 1 lb. — paquet scellé à vide	1.77	4.95

A notre avis il s'imposerait, en effet, que les abattoirs et les salaisons se groupent en une puissante association capable de dialoguer avec autorité, d'une part, avec leurs puissants acheteurs actuels; d'autre part, avec les offices de producteurs qui s'organisent. Cette association pour la promotion et la défense de leurs intérêts communs est d'autant plus désirable que l'industrie de l'abattage et de la salaison est dans une situation financière relativement précaire.

Rappelons les principaux problèmes que connaissent les abattoirs et les salaisons présentement en suggérant les solutions qui pourraient y être apportées.

Le contrôle des approvisionnements

Les abattoirs et les salaisons ne peuvent à peu près rien faire pour corriger l'irrégularité des arrivages selon les saisons et les jours de la semaine. De plus, bien que l'on s'attende à ce qu'ils achètent tous les animaux offerts, ils n'ont aucun moyen, en dehors de l'intégration, d'influencer la qualité des animaux qu'on leur apporte. Des offices de producteurs auraient ici l'avantage de leur offrir des interlocuteurs valables avec lesquels ils pourraient négocier tous ces points.

L'excédent de capacité de production

Cet excédent pour l'ensemble de l'industrie est dû à l'irrégularité saisonnière et quotidienne des arrivages et des commandes, mais surtout au trop grand nombre d'entreprises qui se disputent les approvisionnements. Aux salaisons sous inspection fédérale viennent s'ajouter 36 abattoirs sous inspection provinciale et 550 abattoirs non certifiés qui représentent une capacité d'abattage globale bien supérieure aux disponibilités en bétail; ce qui compromet la rentabilité de chacune des entreprises. Sans doute peut-on s'attendre à ce que le problème soit en partie réglé avec la disparition rapide des abattoirs non certifiés et même certifiés, par suite de l'application plus sévère des règlements de salubrité; mais il s'agit là d'un processus d'élimination et de consolidation aveugle qui menace d'être pénible et qui risque d'introduire des déséquilibres prononcés dans la répartition régionale des établissements d'abattage et de favoriser une concentration excessive dans cette branche de l'industrie.

Nous proposons donc que ce processus de consolidation soit orienté selon un plan directeur qui tiendrait compte des besoins de chaque région et dont on s'inspirerait pour guider et encourager, avec des facilités de crédit à l'appui, les regroupements désirables, de façon à constituer dans la province, un réseau équilibré d'abattoirs régionaux, modernes, hygiéniques et rentables, susceptibles de soutenir la concurrence des grandes salaisons canadiennes et de contenir, dans l'intérêt de capitaux et d'entreprises québécoises, leur tendance naturelle à l'expansion.

On pourrait s'inspirer ici des méthodes actuellement suivies pour favoriser la consolidation des usines laitières, bien que les économies de taille, dans le cas des abattoirs, n'exigent pas des établissements aussi vastes qu'en industrie laitière, où la polyvalence des usines est devenue une condition de rentabilité. Il serait sans doute plus facile de concilier les exigences du regroupement et celles de la concurrence dans le cas des abattoirs que dans celui des usines laitières.

Les abattoirs régionaux ont d'ailleurs, au départ, un avantage que recherchent maintenant les grandes salaisons et qu'on devrait s'empresse de mettre à profit: celui d'être localisés près de leurs

sources d'approvisionnement en bétail. Mais ces abattoirs ne pourront vraiment rivaliser avec les salaisons sous inspection fédérale, que s'ils ont des chances identiques. Les salaisons sous inspection fédérale jouissent en exclusivité des avantages du commerce inter-provincial et international des carcasses, des coupes et des sous-produits. De plus, pour des raisons de prestige, pour fins de publicité et autres considérations plus ou moins valables, les magasins à succursales multiples et certaines chaînes de détaillants associés leur réservent le bénéfice de leur clientèle.

Pour corriger cette situation, nous recommandons que toutes les maisons d'abattage établies dans la province soient soumises à la fois à la certification et à l'inspection provinciales et fédérales. Et nous considérons que la même recommandation devrait s'appliquer aussi aux abattoirs de volailles. La certification et l'inspection provinciales, avec l'estampille distinctive qu'elles comporteraient, en plus de constituer une affirmation normale de la province dans les limites de sa juridiction, permettrait de bien établir le nom du Québec dans l'industrie et le commerce de la viande et de la volaille. La certification et l'inspection fédérales ouvriraient par ailleurs à nos produits d'abattage le marché canadien et étranger.

Il va de soi que la double certification que nous proposons supposerait qu'une entente soit conclue entre le gouvernement provincial et le gouvernement fédéral pour uniformiser leurs standards de construction, d'équipement et d'opération de façon à ce que les établissements certifiés par la province puissent obtenir automatiquement la certification fédérale. Et nous recommandons donc que le ministre de l'Agriculture du Québec prenne l'initiative en vue de la conclusion d'une telle entente.

Faible pouvoir de marchandage

Dans leurs relations commerciales avec leurs acheteurs, le pouvoir de marchandage est du côté des acheteurs et tout spécialement des magasins à chaîne et des chaînes de détaillants associés. Les établissements d'abattage disposent dans les carcasses d'une denrée périssable dont ils ne peuvent pas différer la vente au-delà d'une certaine période et dont, au surplus, ils doivent écouler toutes les coupes. Le détaillant, lui, peut n'acheter que les coupes qui lui conviennent et d'après des plans de vente hebdomadaires qu'il établit lui-même. S'il est un gros acheteur il peut exploiter la crainte de la perte de sa clientèle pour obtenir des prix avantageux, ou encore, après l'achat massif de certaines coupes, il peut obtenir au rabais de son fournisseur les coupes qui lui restent en stock.

Problèmes de modernisation

Le bas niveau de profit et le faible rendement des investissements freinent l'entrée de nouveaux capitaux dans l'industrie et compromettent les projets d'expansion, de modernisation et de relocalisation en des sites plus avantageux.

Sans doute les grandes salaisons d'envergure nationale sont-elles en meilleure posture que les autres entreprises, mais leur situation demeure quand même difficile.

Trop d'établissements sont désuets et mal situés, si l'on tient compte des nouveaux impératifs de la mise en marché de la viande. En effet, pour éviter des frais de transport inutiles d'animaux vivants et les investissements plus considérables qu'exigent des installations dans les centres métropolitains, on tend de plus en plus à établir les abattoirs et les salaisons au coeur des centres d'élevage. Le réseau d'abattoirs régionaux que nous proposons répondrait à ces nouveaux impératifs.

Insuffisance de la recherche

La faible rentabilité de l'industrie ne lui permet pas de financer les recherches qu'exigerait sa modernisation. Jusqu'ici, au surplus, les recherches entreprises ou subventionnées par les gouvernements ont été davantage, pour ne pas dire presque exclusivement, orientées vers l'amélioration de la qualité des animaux et n'ont guère porté sur la mise au point de méthodes plus perfectionnées d'apprêtage, d'entreposage et de mise en marché des viandes. Il y aurait là une lacune à combler.

CHAPITRE IV

L'ABATTAGE ET L'APPRÊTAGE DE LA VOLAILLE

Nul autre secteur de l'industrie agricole n'a connu de transformation aussi radicale que celui de la production avicole. On peut qualifier de révolutionnaires les progrès qui ont été accomplis dans les méthodes d'élevage, d'abattage, d'apprêtage et de mise en marché des volailles et plus spécialement des poulets de grill, avec, comme conséquence, un accroissement prodigieux de la consommation.

Au Canada, cette consommation se chiffrait à 16.1 lbs (poids éviscéré) par personne en 1950; en 1957, elle atteignait 25.8 lbs, soit une hausse de 60 pour cent; en 1965, elle s'élevait à 36.0 lbs ce qui représente une augmentation de 124 pour cent par rapport à 1950. En comparaison, durant cette même période, la consommation totale de viande n'augmentait que de 15 pour cent (celle du boeuf s'accroissait de 56 pour cent mais celle du veau et du porc subissait une baisse). Il n'existe pas de statistique isolée de la consommation de volaille per capita au Québec, mais les résultats de sondages effectués auprès des consommateurs par l'Office fédéral de la statistique nous portent à croire qu'elle dépasse la moyenne de l'ensemble du Canada. Il faut ici entendre par volaille les poulets de grill, les poulets et chapons, les dindes, ainsi que les canards et les oies.

Le tableau 17 fait ressortir certaines des tendances les plus récentes. Les chiffres sont tirés des statistiques plus détaillées figurant au chapitre I du présent rapport et à l'annexe B.

Les abattoirs de volailles

1. Localisation et fonctionnement

Un abattoir de volailles est un établissement où l'on effectue non seulement l'abattage mais aussi l'apprêtage des volailles. On trouve dans la province de Québec environ 60 abattoirs de volailles enregistrés où l'on s'occupe à la fois de l'abattage et de l'apprêtage des volailles. Environ 50 de ces établissements sont situés dans le secteur métropolitain de Montréal, sept dans la région de Québec et trois dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Vingt-cinq de ces établissements sont des entreprises de moyenne ou de grande envergure.

Six établissements importants opèrent selon la formule coopérative; les autres appartiennent à des particuliers, dont une quinzaine d'éleveurs de volailles. Suivant nos estimations, les quatre établisse-

Tableau 17. Marché de la volaille au Canada — 1961

	1961	1965	Changement %
Consommation totale de volaille per capita au Canada — lb. (poids éviscéré)	31.1	36.0	15.8
Production de volaille au Québec — lb. (poids éviscéré) 000 omis	136,299	202,508	48.6
Prix moyens pondérés payés aux producteurs — cents/lb. Montréal			
— poulet de grill (moins de 5 lbs)	16.0	19.7	23.1
— poules et chapons (moins de 5 lbs)	10.3	8.4	18.4
— jeunes dindes (moins de 12 lbs)	24.4	24.7	1.2
— jeunes dindes (12 à 20 lbs)	25.2	28.2	11.9
Prix de vente au détail — Poulets de grill — Montréal, le cent lbs	42.1 ¹	44.6 ¹	5.9
Indice des prix au consommateur — nourriture, Montréal (1958 = 100)	128.2	141.0	10.0

ments principaux de la province produisent environ 40 pour cent des poulets de grill; les quatre abattoirs suivants, par ordre d'importance, en produisent environ 27 pour cent. Un seul établissement effectue la mise en conserve. Il y a également une dizaine d'établissements qui ne s'occupent que d'apprêtage et ils ont tous un volume d'affaires restreint.

En 1965, vingt abattoirs de volailles opérant sous inspection fédérale apprêtaient 95 pour cent de la volaille. Les autres abattoirs fonctionnent sans surveillance gouvernementale et sans normes approuvées. Tous, cependant, doivent faire classifier les sujets abattus et éviscérés par des inspecteurs du gouvernement fédéral.

La plupart des grands abattoirs de volailles sont hautement mécanisés et peuvent être considérés comme des établissements efficaces suivant les normes de génie industriel. Le rythme des chaînes d'abattage et d'éviscération varie de 2,700 à 3,000 poulets de grill à l'heure, dans les établissements les plus efficaces. La vitesse d'apprêtage est considérablement moindre, dans le cas des dindes, à cause de la grosseur et du poids des sujets. Une douzaine d'abattoirs qui s'occupent de volaille «kosher» (c'est-à-dire conforme aux exigences de la religion juive) ont une production moins grande, étant donné que l'abattage doit s'y faire à la main.

2. Capacité de production et rendement

Les abattoirs de volailles fonctionnent à un rendement généralement plus élevé que les salaisons et les établissements d'apprêtage

1. Y compris les «spéciaux» et les produits-vedettes.

de la viande. Quelques-uns fonctionnent à plein rendement tandis que certains des autres abattoirs importants travaillent en moyenne à un peu plus de 75 pour cent de leur capacité de production, à raison de cinq jours par semaine, et avec des périodes de pointe en juillet et en août.

Dans l'industrie, on attribue principalement à la lenteur du service d'inspection gouvernemental les écarts entre la capacité de production et la productivité effective et l'on réclame un nombre plus grand d'inspecteurs pour faire disparaître ce handicap.

Frais encourus et profits réalisés

Les taux de profits réalisés par les établissements d'abattage et d'apprêtage de la volaille sont, en moyenne, supérieurs à ceux des salaisons et des charcutiers-grossistes. On trouvera à la page 6 de l'annexe D les rapports, coûts et profits de certains abattoirs dont le volume de vente dépasse \$37,000,000.

Ce tableau démontre que le coût de la volaille constitue 81.3 pour cent du prix net de vente. Les dépenses de publicité sont négligeables, principalement parce que l'on fait peu de cas des marques de commerce dans la vente au détail de la volaille. En fait, le gros des volailles offertes en vente ne comporte aucune marque de commerce. On fait toutefois de plus grands efforts pour mettre en valeur des marques de commerce dans la vente au détail des dindes.

Les sous-produits de l'abattage et de l'apprêtage des volailles n'ont guère d'importance; ils représentent moins de 1 pour cent de la valeur des ventes.

Intégration et financement

Dans le commerce de la volaille, l'intégration verticale est la règle plutôt que l'exception. On estime que le marché de la volaille est intégré dans une proportion de 75 à 80 pour cent, le producteur travaillant sous contrat avec le fournisseur de moulées ou avec l'établissement d'apprêtage.

En général, l'intégrateur fournit les poussins, les moulées et le service de gestion. Selon certains contrats d'intégration l'éleveur ne fournit que son temps et l'usage de son poulailler, les volailles élevées demeure la propriété de l'intégrateur.

Il y a aussi intégration au niveau des entreprises par diverses formes d'associations entre les fabricants de moulées, les couvoirs et les abattoirs allant jusqu'à leur incorporation dans une même entreprise.

Les exemples suivants donneront une idée de l'intégration à ce niveau:

- Lacombe & Robidoux sont propriétaires d'un couvoir et d'une fabrique de moulée à Saint-Hyacinthe et exploitent également un abattoir de volailles situé à Saint-Hilaire.
- La Coopérative Fédérée de Québec, propriétaire de deux fabriques de moulées, l'une à Montréal et l'autre à Québec, fournit aux éleveurs les poussins, les moulées, les médicaments et autres produits, et exploite un établissement d'apprêtage à Victoriaville.

En général, ce sont les fabricants de moulées plutôt que les établissements d'apprêtage qui prennent l'initiative de l'intégration.

Deux types de financement sont surtout utilisés. Suivant le premier, dont se servent plusieurs coopératives, c'est l'intégrateur qui achète les poussins du couvoir et les vend à l'éleveur. Le prix d'achat est de 12 à 13 cents du poussin et la coopérative avance à l'éleveur les fonds nécessaires moyennant un intérêt annuel de 6 à 7 pour cent, applicable à la période de 13 semaines exigée pour rendre la volaille à maturité. L'intérêt, plus les frais d'assurance s'élève à environ 25 à 30 cents du 100 poussins. Les moulées sont fournies et financées par la coopérative ainsi que les médicaments et autres fournitures. Lorsque les volailles sont prêtes, les établissements d'abattage en font la cueillette, les pèsent et, après l'apprêtage, les payent par chèque fait au nom de la coopérative. L'éleveur est payé d'après le poids de la volaille vivante, en fonction du prix du marché. La coopérative déduit alors le montant dû par l'éleveur pour fournitures et intérêts.

A même le solde, l'éleveur doit payer sa main-d'oeuvre et tirer un rendement sur son capital investi. Il bénéficie en plus des ristournes versées à ses membres par la coopérative, ce qui peut lui valoir quelques cents de supplément par volaille.

Selon le deuxième type d'intégration, en aucun moment l'éleveur n'achète ou n'est propriétaire de la volaille dont il s'occupe. Ses approvisionnements en moulées, médicaments et autres fournitures lui sont avancés et il est tenu de livrer sa production à l'établissement d'apprêtage avec lequel il est lié par contrat. Il reçoit habituellement le prix en vigueur sur le marché, avec un prix minimum garanti et un boni de productivité. Ce « prix du marché » est celui qui est publié chaque semaine par le ministère fédéral de l'Agriculture. Il n'existe pas, à vrai dire, de marché libre de la volaille au Québec.

Évaluation et conclusions

L'éleveur de volaille a très peu de pouvoir de marchandage. Cependant, il semble que l'intégration dans ce secteur de l'industrie ait bénéficié, dans une certaine mesure, à tout le monde, surtout au

consommateur. L'éleveur qui sait bien administrer ses affaires réussit généralement à gagner convenablement sa vie, bien que ses risques financiers soient considérables. L'approvisionnement est stable et la demande, de la part des consommateurs, augmente constamment.

Les établissements d'apprêtage sont en mesure de satisfaire à la demande et peuvent, par les contrats de production, contrôler la production des éleveurs, de façon à assurer un approvisionnement stable aux abattoirs de volailles. La productivité, le rendement et le taux d'utilisation des abattoirs de volailles sont généralement bons, mais la pression à la baisse qu'exercent sur eux les détaillants, et spécialement les détaillants des chaînes, est particulièrement forte, étant donné leur pratique d'offrir la volaille en vente sous forme de « spéciaux » dans une proportion qui va de 65 à 75 pour cent. Et c'est pour contenir cette pression à la baisse, qui se répercute jusqu'aux éleveurs, que nous avons recommandé la création d'un organisme provincial de mise en marché des volailles d'abattage.

Nous considérons aussi que tous les abattoirs de volailles de la province devraient être soumis à des normes au moins équivalentes à celles qui prévalent dans les établissements actuellement sous inspection fédérale. Et c'est pourquoi nous avons déjà recommandé qu'une entente soit conclue entre le Gouvernement provincial et le Gouvernement fédéral en vue de l'uniformisation des standards de certification, de façon à ce que tous les établissements d'abattage du bétail et de la volaille du Québec puissent profiter à la fois des avantages de la certification provinciale et de ceux de la certification fédérale.

CHAPITRE V

LE MARCHÉ EN GROS DE LA VIANDE ET DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC

1. *Nature du marché en gros*

Le terme « marché en gros » implique toutes les transactions d'affaires entre les fournisseurs de viande ou de volailles et les détaillants d'aliments y compris les restaurants, hôpitaux, maisons d'enseignement et autres acheteurs institutionnels.

Il ne reste au Québec qu'un nombre relativement restreint de grossistes véritables, pour les raisons suivantes:

- les salaisons, abattoirs régionaux et charcutiers transigent directement avec les établissements de vente au détail, ce qui veut dire qu'ils assument le commerce de gros;
- les magasins à chaîne et les chaînes de marchands associés exercent, pour chacun de leurs magasins, certaines fonctions relevant du commerce de gros.

Nous avons de plus constaté que plusieurs établissements qualifiés de grossistes en viande s'occupent, en fait, de dépeçage et d'apprêtage; c'est pourquoi nous avons groupé ensemble les charcutiers et les grossistes dans tous les tableaux et graphiques statistiques.

Les tableaux 18 et 19 tirés des renseignements figurant à l'annexe A, démontrent l'importance relative des divers canaux par lesquels la viande et la volaille parviennent au détaillant.

2. *Détermination des prix*

Dans le commerce en gros, la vente des carcasses, des coupes et de la volaille implique une négociation de prix entre le vendeur et l'acheteur. Les vendeurs des salaisons, par exemple, reçoivent de semaine en semaine une liste de prix de base, mais on leur accorde généralement la latitude de négocier le prix de vente effectif avec chaque client, suivant des marges déterminées au préalable.

Les produits exigeant un degré élevé d'apprêtage, comme la saucisse, le bacon et les viandes en conserve, sont habituellement vendus à des prix fixes cotés par la salaison ou le charcutier-grossiste. Il va sans dire que ces prix changent, de temps à autre, parce que les fournisseurs tiennent compte des variations dans les prix de revient, de l'état de l'offre et de la demande et des prix des concurrents.

Tableau 18. Canaux de distribution en gros au Québec — viandes produites au Québec — 1965

Canal de distribution	Genre de viande			
	Boeuf %	Agneau & mouton %	Porc %	Veau %
Salaisons sous inspection fédérale	14	70	45	17
Abattoirs régionaux	21	21	23	12
Charcutiers-grossistes	37	6	23	21
Totaux ¹	72	97	91	50

Tableau 19. Canaux de distribution en gros de la volaille au Québec — 1965

Canal de distribution	Part du marché en gros de la volaille %
Abattoirs de volailles	34
Abattoirs coopératifs	15
Grossistes et distributeurs	34
Total ²	83

Avant d'étudier les divers facteurs qui déterminent les prix de vente en gros, il est important d'évaluer la situation relative du vendeur et de l'acheteur sur ce marché particulier.

La position du vendeur

Bien que certaines salaisons et certains charcutiers-grossistes au Québec soient des entreprises importantes et puissantes, leur pouvoir de négociation est relativement faible par rapport à celui des plus importants magasins à chaîne et des chaînes de marchands associés. Il faut savoir qu'au Québec, 55 pour cent de tous les achats en gros de viande et de volaille sont faits par trois magasins à chaîne et dix chaînes de marchands associés.

Dans la plupart des cas, le vendeur s'occupe de denrées hautement périssables qu'il lui faut écouler dans une période de temps

1. Les taux ne se chiffrent pas à 100% parce qu'ils n'incluent pas les chiffres se rapportant à l'abattage sur les fermes et à l'exportation.
2. Le total ne se chiffre pas à 100% parce qu'il n'inclut pas les chiffres se rapportant à l'abattage sur les fermes et à l'exportation.

assez brève, sans égard à l'état de l'offre et de la demande. Il n'a qu'un autre choix: augmenter ses frais en congelant l'excédent de ses stocks dans l'espoir que les conditions du marché s'amélioreront.

Dans ces circonstances, le vendeur est souvent mal placé pour négocier des prix avantageux avec ses principaux clients, car il dépend d'eux pour écouler une forte proportion de sa production.

La position de l'acheteur

Les plus importants magasins à chaîne et chaînes de marchands associés font habituellement affaires avec la plupart ou la totalité des salaisons et charcutiers-grossistes sous inspection fédérale en jouant les uns contre les autres, et sans avoir à dépendre d'aucun en particulier, comme la grève de la Canada Packers l'a démontré.

En outre, les détaillants ne sont pas tenus d'acheter les diverses sortes de viande ou de volaille offertes en des proportions définies. Par exemple, lorsque les carcasses de boeuf se vendent à des prix particulièrement élevés, le gros détaillant peut choisir de mettre des rôtis de porc en vedette comme « spécial » de la semaine. Cela a pour effet d'accroître ses ventes de porc frais dans une proportion variant entre 100 et 300 pour cent pendant la durée de cette « offre spéciale ». Entre temps, le boeuf est moins en demande chez lui.

Enfin, le gros détaillant peut se servir de ses « spéciaux » pour exercer un certain contrôle sur l'orientation du commerce en gros. Dans le cas que nous venons d'exposer, quand une chaîne importante commande une quantité exceptionnellenent élevée de coupes de porc frais pour son « spécial », les salaisons sont obligées de se procurer et d'abattre un nombre additionnel d'animaux, sans égard aux prix exigés pour les animaux vivants, afin de satisfaire à la demande. Il s'ensuit un excédent de production pour d'autres coupes, des longes par exemple, dont le prix de revient est alors plus élevé que d'habitude. La chaîne de magasins est alors bien placée pour acheter ces longes à des prix particulièrement avantageux.

Bref, le détaillant jouit d'une position de marché de beaucoup plus forte que la salaison, et même, que le charcutier-grossiste.

Comme nous l'avons déjà mentionné, les prix du gros sont habituellement fixés par suite de négociations entre le vendeur et l'acheteur, mais non sans tenir compte de l'état de l'offre et de la demande qui, lui-même, dépend de toute une série de facteurs reliés les uns aux autres. Au Québec, les principaux de ces facteurs sont les suivants:

- les « spéciaux » offerts de semaine en semaine par les magasins à chaîne et les chaînes de marchands associés. On a déjà vu précédemment de quelle façon ces « spéciaux » affectent le commerce en gros;

- les changements saisonniers qui surviennent dans la demande du consommateur en matière de viandes et de volailles;
- les prix en gros qui prévalent aux Etats-Unis et dans d'autres provinces du Canada. Vu que le Québec ne produit pas suffisamment de viande, dans la plupart des espèces et catégories, les prix des carcasses et des coupes importées des Etats-Unis, de l'Ontario et des provinces de l'Ouest ont un effet considérable sur les prix du gros;
- l'état des approvisionnements locaux.

3. Comparaisons entre les prix du gros

On trouvera dans la seconde partie de l'annexe C un tableau comparatif de la moyenne annuelle des prix de vente en gros pour la viande à Edmonton, Toronto et Montréal, pour la période de 1961 à 1965 inclusivement. Ces chiffres sont tirés de la revue sur le marché des bestiaux préparée par le ministère fédéral de l'Agriculture. Il en ressort les points suivants:

BOEUF — Les prix de vente en gros à Montréal pour les quartiers et les carcasses de bouvillons de bonne qualité se sont maintenus à un niveau plus élevé que ceux de Toronto, où ils étaient déjà à un niveau supérieur à ceux d'Edmonton.

VEAU — Les prix des carcasses de veau de choix ont constamment été inférieurs à Montréal à ceux de Toronto, de 1961 à 1966 inclusivement. Durant certaines années, les prix payés à Edmonton étaient un peu plus élevés que ceux payés à Montréal, tandis que durant les autres, ils étaient inférieurs.

AGNEAU — Durant la plupart de ces années, les prix payés à Montréal pour les carcasses d'agneaux frais de choix étaient inférieurs à ceux de Toronto et plus élevés que ceux d'Edmonton.

PORC FRAIS — Chaque année, les prix payés à Montréal pour les longes de porc frais ont été inférieurs à ceux de Toronto.

JAMBON FUMÉ — Les prix payés à Montréal pour le jambon fumé et désossé ont été inférieurs à ceux de Toronto tous les ans, sauf en 1963, alors que le prix moyen a été à peu près égal dans les deux centres.

4. Évaluation et conclusions

De toute évidence, les salaisons, les abattoirs et les charcutiers-grossistes ont, comme on l'a déjà noté, une force de marchandage inférieure à celle des grands magasins à chaîne et des chaînes volontaires qu'ils desservent. Cela oblige les salaisons et les abattoirs à

exercer autant de pression que possible sur les producteurs du Québec qui, indirectement, se trouvent ainsi touchés par la concentration du pouvoir d'achat des chaînes.

Des offices de producteurs, en renforçant le pouvoir de négociation des éleveurs, auraient pour effet de placer plus que jamais les abattoirs et les salaisons entre deux feux.

Il nous semble cependant que des offices de producteurs pleinement conscients de leurs responsabilités pourraient aussi servir l'intérêt des abattoirs et des salaisons en assurant une régularité plus grande des arrivages et en travaillant à l'amélioration de la qualité des sujets d'abattage.

La rentabilité de l'industrie serait par ailleurs augmentée par l'imposition de normes élevées à toutes les entreprises d'abattage et d'apprêtage dans la province, ce qui aurait pour effet, en éliminant les établissements marginaux, de diminuer l'excédent de capacité de production des établissements subsistants.

Nous croyons cependant que le regroupement, la relocalisation et la modernisation des établissements qui s'imposent à l'industrie devront être favorisés par des facilités particulières de crédit et une assistance de la part des services techniques du ministère de l'Industrie et du Commerce.

CHAPITRE VI

LE COMMERCE DE DÉTAIL

1. Structure du marché de détail

Les viandes et les volailles sont offertes au consommateur par trois grandes catégories de détaillants:

Magasins à chaînes — Entreprises possédant et exploitant au moins quatre magasins de vente au détail.

Chaîne de marchands associés — Associations de propriétaires de magasins d'alimentation s'approvisionnant à un service d'achats collectif. Habituellement, ces marchands font affaires sous une même raison sociale (par exemple: IGA, Richelieu, Métro-Lasalle). L'organisme central d'achats fournit souvent d'autres services généraux tels que la publicité, l'aide-à-la-vente, l'assistance technique en comptabilité et en gestion. Dans certains cas, l'organisme central d'achats est propriétaire de quelques-uns des magasins faisant partie de la chaîne.

Tableau 20. Ventes des magasins d'épicerie et des magasins combinés au Québec — 1965

	Magasins à chaîne	Chaînes de marchands associés	Détaillants indépendants	Totaux
No. de magasins	315	3,248	7,534	11,097
Ventes en dollars	398,040,000	618,287,000	251,315,000	1,267,642,000
% du total	31.4	48.8	19.8	100
Ventes en dollars par magasin	1,263,600	190,400	33,400	114,200

Tableau 21. Ventes des magasins d'épicerie et des magasins combinés pour tout le Canada — 1965

	Magasins à chaîne	Chaînes de marchands associés	Détaillants indépendants	Totaux
No. de magasin	1,609	8,815	21,333	31,757
Ventes en dollars	2,061,401,000	1,672,977,000	647,114,000	4,381,492,000
% du total	47.0	38.2	14.8	100
Ventes en dollars par magasin	1,281,200	189,800	30,300	138,000

Détaillants indépendants — Individu ou entreprise possédant et exploitant au plus trois magasins de vente de produits alimentaires au détail et qui n'est pas affilié à une chaîne de marchands associés.

Les statistiques dans les tableaux 20 et 21 publiées par la revue *Canadian Grocer* et s'appuyant sur les données de l'Office fédéral de la statistique, permettent de comparer l'importance relative des trois catégories de magasins décrits au Québec.

En comparant les tableaux 20 et 21, on constate que les magasins à chaîne accaparent une part beaucoup moins importante du marché dans le Québec (31.4 pour cent) que dans l'ensemble du Canada (47.0 pour cent). D'autre part, les chaînes de marchands associés représentent 48.8 pour cent du marché québécois et seulement 38.2 pour cent du marché canadien. Les détaillants indépendants forment toujours un groupe important au Québec puisqu'ils occupent 19.8 pour cent du marché en comparaison de 5.2 pour cent seulement en Ontario.

Selon le plus récent sondage effectué par le Bureau fédéral de la statistique sur le pourcentage du budget familial applicable à l'alimentation dans les villes, les montréalais consacrent 25 pour cent de leur budget à la viande et 10 pour cent à la volaille. En supposant que ces chiffres valent pour l'ensemble de la province, on peut les appliquer au tableau 20 pour calculer approximativement les ventes de viande et de volaille dans la province de Québec. Voici les résultats qu'on obtient.

Tableau 22. Estimations des ventes au détail de viande et de volaille — Province de Québec — 1965

	<i>Magasins à chaîne</i>	<i>Chaînes de marchands associés</i>	<i>Détaillants indépendants</i>	<i>Totaux</i>
	\$	\$	\$	\$
Ventes de viande	99,510,000	154,572,000	62,829,000	316,911,000
Ventes de volaille	39,804,000	61,829,000	25,131,000	126,764,000
Ventes combinées, viande - volaille	139,314,000	216,401,000	87,960,000	443,675,000

En plus des chiffres des ventes au détail indiqués au tableau 22, on devrait noter que des quantités considérables de viande et de volaille sont vendues au public par l'entremise des restaurants et de diverses institutions comme les hôpitaux, les cantines aménagées dans les écoles, etc. Nous avons été incapables d'obtenir des chiffres ni

même des estimations approximatives quant à l'importance de ce marché en dollars.

2. *Nature du marché de détail*

Magasins à chaîne

Les magasins à chaîne sont généralement de grands établissements modernes dits « super-marchés », installés dans les agglomérations urbaines. Comme il est indiqué au tableau 20, le volume de ventes moyen de chacun de ces magasins s'est chiffré à \$1,263,600 en 1965, en comparaison de \$190,400 pour le magasin appartenant à un marchand associé et de \$33,400 pour le magasin appartenant à un détaillant indépendant.

Chaque compagnie de magasins à chaîne compte un ou plusieurs bureaux d'achats centralisés qui s'occupent des achats de tous les produits ou presque, y compris la viande et la volaille, pour chacun de ses établissements. Dans certains cas, ces compagnies ont également des entrepôts régionaux où la viande et la volaille sont livrées pour être subséquemment distribuées aux divers magasins. Dans d'autres cas, les fournisseurs font la livraison de viande et de volaille directement aux magasins, suivant les directives du bureau central des achats.

Les responsables des bureaux d'achat traitent directement avec les grandes salaisons et les principaux établissements d'apprêtage sous inspection fédérale. Voici comment les achats se font la plupart du temps:

BOEUF ET VEAU — des carcasses entières et des demi-carcasses, des coupes particulières, des produits de boeuf et veau apprêtés et déjà emballés tels que les saucisses fumées.

PORC — des coupes de porc, des produits apprêtés et déjà emballés comme le jambon, le bacon et les saucisses.

VOLAILLE — des volailles fraîches dans la glace; des volailles congelées; certaines pièces déjà emballées comme les ailes, les cuisses et les poitrines.

On s'occupe dans chacun des magasins de couper, parer, désosser et emballer les carcasses et les coupes primaires en vue de les transformer en produits de consommation immédiate (rôtis, biftecks, boeuf haché, etc.).

À la lumière de ce qui précède, il est évident que les magasins à chaîne remplissent à la fois les fonctions de grossistes et de détaillants. Il conviendrait donc de souligner que les majorations de prix indiquées dans nos tableaux pour ces magasins couvrent les frais d'achat,

d'entreposage et de distribution aussi bien que ceux de la commercialisation au détail.

Chaînes de marchands associés

Bien que chacun des magasins membres appartienne généralement à un propriétaire unique, les méthodes d'exploitation des chaînes de marchands associés sont semblables à celles adoptées par les magasins à chaîne. La centralisation des achats se fait normalement par l'entremise d'un grossiste en produits alimentaires qui s'est assuré un marché « fermé » en offrant des services et des avantages particuliers à un certain nombre de détaillants.

L'organisme central achète la viande et la volaille que les fournisseurs expédient directement aux différents magasins-membres où l'on procède à la coupe, au parage, au désossage et à l'emballage, de la même façon que le font les magasins à chaîne.

Ainsi, l'organisme central agit comme grossiste tandis que les marchands associés s'occupent de la commercialisation au détail. En conséquence, toutes les majorations de prix indiquées dans nos tableaux pour les chaînes de marchands associés couvrent les frais encourus par l'organisme central aussi bien que par les magasins de détail membres de l'Association.

Détaillants indépendants

Dans le commerce, quand on parle de détaillants indépendants, on entend aussi bien les magasins faisant partie d'une chaîne de marchands associés que ceux qui ne sont affiliés à aucune chaîne. Nous entendons, nous, par « détaillants indépendants » les propriétaires de magasins d'alimentation au détail n'étant affiliés à aucune chaîne. Au Québec, le détaillant indépendant typique exploite un petit magasin d'épicerie ou de boucherie dont le volume annuel des ventes est d'environ \$30,000 ou \$35,000.

Le détaillant indépendant achète sa viande et sa volaille des grossistes, des abattoirs régionaux et des établissements d'apprêtage. Il coupe et pare aussi sa viande, mais ne fait pas habituellement de préemballage des coupes.

Les majorations indiquées au présent rapport dans le cas des détaillants indépendants ne tiennent pas compte des frais encourus par les grossistes qui les desservent. Par conséquent, ces majorations sont sensiblement inférieures à celles qui sont indiquées pour les magasins à chaîne et les chaînes de marchands associés.

Prix de détail

Établissement des prix de détail

Les détaillants, pour la plupart, ne cherchent pas à répartir leurs frais d'exploitation et leurs frais fixes en fonction de produits spéci-

fiques ni même de certains groupes de produits tels que la viande, les conserves ou les légumes frais. Ils cherchent à s'assurer une marge moyenne de façon à réaliser un profit net satisfaisant à la fin de l'année.

Les marges établies pour les divers groupes de produits semblent s'inspirer, dans une large mesure, de la tradition et ne tiennent pas véritablement compte des frais «réels» encourus dans la vente du groupe de produits. Ainsi, par exemple, la marge de bénéfice sur les oeufs est généralement de 8 à 12 pour cent en comparaison de 15 à 20 pour cent sur les conserves, même si la vente des oeufs entraîne des frais plus considérables par suite de la réfrigération qu'exige le produit et des pertes par le bris.

En ce qui concerne la viande, l'établissement des prix est particulièrement compliqué du fait que les carcasses, les quartiers et les coupes primaires achetés par le détaillant doivent être transformés en une foule de morceaux de valeur très variable. Par exemple, un côté de boeuf que le détaillant paye \$0.45 la livre et sur lequel il entend réaliser un bénéfice de 21 pour cent peut être transformé en 18 coupes différentes, y compris les petits biftecks à \$1.35 la livre, le bifteck de surlonge à \$1.19 la livre, le rôti de côtes de choix à \$0.95 la livre, le boeuf à bouillir à \$0.79 la livre, et la côte à braiser à \$0.49 la livre.

Le prix de ces différentes coupes étant difficile à établir à partir du coût de la carcasse ou des coupes primaires, il est en définitive déterminé bien davantage par le jeu de la concurrence et les fluctuations de la demande de certaines coupes selon les saisons.

Et c'est ce qui explique pourquoi les prix de détail de certaines coupes ne suivent pas toujours les tendances des prix des animaux vivants et des prix de gros.

Comparaisons entre les prix de détail

Nous présentons, à l'annexe C, un tableau indiquant la moyenne annuelle des prix au détail pour 13 villes à travers le Canada, Montréal et Québec y compris, pour diverses catégories de viande représentatives durant la période allant de 1961 à 1965 inclusivement. Ces chiffres sont fournis par le Bureau fédéral de la statistique, avec la mise en garde suivante: «...les prix indiqués dans ce tableau ne peuvent servir à établir des comparaisons du coût des viandes entre les villes parce que les exigences et la répartition des produits varient d'une ville à l'autre».

Au Bureau fédéral de la statistique, on nous a cependant assurés qu'il était possible d'établir une comparaison assez juste entre les chiffres donnés pour Montréal et Toronto. La comparaison des prix

de vente au détail de la viande entre ces deux villes fait ressortir les points suivants:

BOEUF — Les prix du boeuf à Montréal, pour la plupart des coupes, étaient considérablement plus élevés qu'à Toronto. Par exemple, le prix moyen du bifteck de surlonge, à Montréal, était de 28.5 cents plus élevé la livre, le rôti de côtes de choix coûtait 12 cents de plus la livre, le boeuf à bouillir 9.5 cents de plus la livre et le boeuf haché 3 cents de plus la livre.

PORC — Les prix des coupes de porc frais, du bacon et des saucisses étaient plus élevés à Montréal qu'à Toronto, et ceci en dépit du fait que les porcs se vendaient moins cher au Québec qu'en Ontario. Par ailleurs, le jambon fumé coûtait beaucoup plus cher à Toronto.

VEAU — Les prix étaient sensiblement les mêmes dans les deux villes.

AGNEAU — Le gigot d'agneau coûtait 5.5 cents de moins la livre à Montréal qu'à Toronto.

VOLAILLE — Les prix des poulets de grill étaient sensiblement les mêmes dans les deux villes, mais la dinde coûtait 4 cents de plus la livre à Montréal.

La comparaison des prix de la viande et de la volaille entre les magasins à chaîne, les chaînes de marchands associés et les marchands indépendants, au Québec, ne révèle aucune tendance définie, si ce n'est que les prix sont plutôt susceptibles de varier d'une région à l'autre que d'un genre de magasin à un autre dans une même région.

Dans plusieurs cas, le petit marchand indépendant vend certaines coupes de boeuf moins cher que les grands magasins à chaîne de la même région. La raison en est que généralement le détaillant indépendant vend du boeuf de qualité commerciale tandis que les grands magasins à chaîne ne vendent que du boeuf de marque rouge et de marque bleue. De plus, les magasins à chaîne font plus de parage, de désossage et de pré-emballage, autant d'opérations qui ajoutent au coût du produit fini.

Méthodes de commercialisation

Publicité et aide-à-la-vente (promotion)

Les magasins à chaîne, les chaînes de marchands associés (et les détaillants indépendants les plus importants) font une publicité intense et organisent de grandes campagnes d'aide-à-la-vente visant à s'attirer de nouveaux clients et à conserver ceux qu'ils ont déjà. Voici les principales formes que prennent ces campagnes:

« *Spéciaux* » — certains articles sont offerts à des prix considérablement réduits, chaque semaine, du jeudi au samedi. Ces « spéciaux » comprennent invariablement au moins un item de viande ou de volaille. Voici pourquoi :

— la viande et la volaille intéressent particulièrement la maîtresse de maison, car ces produits représentent de 25 à 35 pour cent de son budget alimentaire;

— la viande et la volaille fraîches ne font généralement pas l'objet de marques de commerce nationales, de sorte que le détaillant peut se tailler une réputation personnelle grâce à ces produits.

« *Concours* » — certains magasins à chaîne et chaînes de marchands associés organisent des concours et des jeux à l'intention de leurs clients, offrant comme prix des articles de valeur relativement élevée.

« *Timbres-primés* » — bien que les grands magasins à chaîne aient abandonné la promotion des ventes par les timbres-primés, elle demeure générale dans les chaînes de marchands associés.

« *Publicité dans les journaux* » — tous les magasins à chaîne et chaînes de marchands associés, ainsi que les plus importants détaillants indépendants publient régulièrement des annonces mettant en vedette les « spéciaux » de la semaine. Lorsqu'ils annoncent des articles portant une marque de commerce, les frais de la publicité sont généralement partagés entre le détaillant et le fabricant intéressé.

Il importe de noter que même si la réclame vise en grande partie la viande et la volaille, les frais ne sont pas attribués à la section des viandes mais considérés plutôt comme des frais généraux d'exploitation.

« *Primes et rabais* » — ces genres d'aide-à-la-vente sont l'initiative des établissements d'apprêtage, et ne visent ordinairement que les produits portant leur marque de commerce, dont sont généralement exclues la viande et la volaille.

On a déjà mis de l'avant de nombreux arguments pour et contre la publicité et l'aide-à-la-vente dont les produits alimentaires font l'objet. Dans un système de marché libre, la publicité et l'aide-à-la-vente sont indispensables, jusqu'à un certain point, parce qu'elles sont les outils de base de la libre concurrence. Cependant une pratique comme l'utilisation des timbres-primés est difficilement justifiable.

Autres aspects de la commercialisation des aliments

Toute évaluation des frais encourus au niveau du commerce de détail devrait tenir compte des changements qui sont survenus dans les méthodes de commercialisation, au cours des dernières années. Il est difficile de dire si les méthodes ayant actuellement cours ont été imposées au consommateur par les magasins à chaîne et les chaînes de marchands associés, ou si elles sont nées des exigences du public. Quoi qu'il en soit, la maîtresse de maison typique vivant dans un grand centre urbain ou en banlieue s'attend aujourd'hui que le supermarché lui offre plusieurs services coûteux, entre autres:

- des facilités de stationnement gratuit;
- les avantages d'un établissement moderne, à air climatisé;
- un choix très varié de produits, de marques de commerce et de formats différents;
- des viandes et des volailles pré-emballées;
- des viandes et des volailles congelées;
- un choix varié de viandes apprêtées, cuites, tranchées et prêtes à manger;
- des comptoirs réfrigérés;
- le privilège de faire ses emplettes seulement le jeudi, le vendredi et le samedi — les représentants des magasins à chaîne et des chaînes de marchands associés prétendent que si les consommateurs consentaient à faire leurs emplettes n'importe quel jour de la semaine, éliminant ainsi le grand achalandage qui se produit au cours de la deuxième moitié de la semaine, les magasins pourraient être moins grands, ce qui réduirait les mises de fonds.

3. Coûts encourus et profits réalisés

Magasins à chaîne

Cinq grandes compagnies accaparent actuellement environ 97 pour cent des ventes d'aliments des magasins à chaîne dans la province de Québec. Par ordre d'importance (nombre de magasins et chiffres d'affaires), ces cinq compagnies sont:

Steinberg's Limited

Dominion Stores Limited

The Great Atlantic and Pacific Tea Company, Limited (magasins A & P)

Dionne, Limited

Spot Supermarkets Corporation

Le tableau 23 indique la part du marché québécois appartenant aux magasins à chaîne que chacune de ces compagnies possède.

Tableau 23. Répartition estimative des ventes des magasins à chaîne du Québec — 1965

	Nombre de magasins	Pourcentage des ventes des magasins à chaîne du Québec	Profit, exprimé en pourcentage des ventes
Steinberg's	107	53	1.88
Dominion	93	26	2.07
A & P	47	11	2.10
Dionne	14	4	1.64
Spot	14	3	Non révélé
Autres	40	3	Non révélé
Total	315	100	

Steinberg's, Dominion Stores et A & P ont tous des intérêts importants à l'extérieur du Québec; Steinberg's s'occupe aussi de vente au détail dans des magasins à rayons. Le profit indiqué ci-dessus exprimé en pourcentage des ventes ne vaut que pour l'exploitation de leurs divisions d'aliments. Comme nous l'avons souligné à plusieurs reprises, il est difficile de comparer les données d'ordre financier. Ainsi, par exemple, les grandes compagnies font rapport de leurs bénéfices consolidés, sans que l'on puisse isoler des chiffres relatifs à leurs diverses divisions ou encore à leurs filiales.

Une autre difficulté vient de ce que les dates des exercices financiers ne coïncident pas.

Pour les magasins à chaîne, les profits nets correspondent à environ 2 pour cent des ventes. L'exception à ce niveau «normal» notée par le Comité conjoint spécial du Parlement a été la maison Canada Safeway, Ltd dont les profits nets, après déduction des impôts, correspondaient à 2.56 pour cent des ventes. Cette compagnie n'a aucun magasin au Québec. Le pourcentage des profits nets réalisés par rapport aux ventes peut offrir un certain intérêt lorsqu'on veut comparer les fractions du dollar du consommateur prises par le détaillant.

Les autres facteurs les plus fréquemment utilisés pour comparer les résultats d'exploitation sont le «rendement en fonction des capitaux investis» et le «rendement en fonction de la valeur nette». Il est toutefois difficile de faire ces calculs à partir des chiffres fournis parce que les magasins à chaîne, pour la plupart, louent les terrains et les immeubles qu'ils occupent et que ces exigibilités contingentes ne sont pas indiquées dans les bilans publiés.

On trouvera à la page 7 de l'annexe D une comparaison des rapports entre les profits et les principaux coûts d'exploitation. Les trois exemples donnés, ainsi que la moyenne pondérée, représentent environ 84 pour cent du total des ventes des magasins à chaîne au

Québec, cependant ces rapports tiennent compte de tous les aspects de l'exploitation de ces compagnies.

En faisant des comparaisons entre les majorations de prix et les marges de bénéfices ou de rendement, il importe, comme c'est le cas pour toutes les autres données financières, de s'assurer que les termes utilisés ont la même signification pour toutes les compagnies; chacune peut avoir sa propre méthode pour calculer sa marge nette ou son rendement. La majoration du prix de détail et la marge de bénéfice brut sont des synonymes désignant la différence entre le prix de détail (au consommateur) et le prix que le magasin doit payer à son fournisseur. On l'exprime en pourcentage du prix de détail ou du prix au consommateur. Cette marge brute, ou majoration, est calculée avant déduction des frais de distribution du détaillant et des pertes. Dans le cas des magasins à chaîne qui, en plus de la vente au détail, remplissent plusieurs des fonctions propres au grossiste et à l'établissement d'apprêtage, les marges brutes sont calculées avant déduction des frais de distribution. Ces observations ne valent pas normalement pour les détaillants indépendants qui calculent la majoration de leurs prix en fonction des prix de gros qu'ils paient. Ainsi, une majoration de 25 pour cent donnera pour les magasins à chaîne, un rendement net de beaucoup inférieur à celui qu'en tirera un marchand indépendant.

Compte tenu des «spéciaux», la majoration des prix ou marge brute réalisée par les trois principaux groupes de magasins à chaîne au cours d'un trimestre s'échelonne de 19.3 à 23.5 pour cent. Les majorations normales ou régulières des prix de certaines coupes de viande ou de volaille atteignent des pourcentages beaucoup plus élevés, mais il faut tenir compte des «spéciaux» où la marge peut n'être que de 8 à 10 pour cent pour certaines coupes de boeuf, et de 0 à 3 pour cent pour le poulet de gril.

La comparaison des marges brutes réalisées sur la viande par les principaux magasins à chaîne des régions de Montréal et de Québec ne révèle que de légères différences, sans avantage marqué d'une région sur l'autre.

La comparaison des marges appliquées à Montréal et à Toronto indique qu'elles peuvent être de 1.0 pour cent et même de 1.5 pour cent plus élevées à Montréal. Voici deux des raisons susceptibles d'expliquer ce phénomène:

- les frais d'exploitation tendent à être plus élevés au Québec qu'en Ontario; ainsi, l'enlèvement de la neige y coûte plus cher, et il est plus courant, au Québec, d'offrir le service de livraison;
- la taxe de vente au détail sur l'équipement et les fournitures de magasins est plus élevée au Québec.

En conséquence, pour que le pourcentage des profits nets soit égal dans les deux provinces, les magasins à chaîne du Québec doivent avoir recours à une marge brute initiale plus grande.

Aux Etats-Unis, la marge moyenne sur la viande, pratiquée par les 15 plus grands magasins à chaîne, en 1964, était de 20.4 pour cent, soit environ 1.5 pour cent de moins que celle des entreprises de détail plus modestes.

Au Canada, l'étude la plus complète sur les marges de bénéfice appliquées à la viande est celle soumise par Dominion Stores, Limited au Comité conjoint spécial du Sénat et de la Chambre des Communes sur le crédit au consommateur et dont nous avons tiré le tableau suivant:

**Tableau 24. Division de la viande de Dominion Stores, Ltd.
Analyse des marges de bénéfice et des pertes —
août 1965**

<i>Viande</i>	<i>Marge maximum %</i>	<i>Spéciaux annoncés %</i>	<i>Pertes avant l'emballage %</i>	<i>Emballage %</i>	<i>Marge nette %</i>
Boeuf	27.27	6.11	3.42	1.54	16.20
Porc	34.10	10.34	3.01	1.14	19.61
Veau	31.11	—	4.99	1.62	24.50
Agneau (congelé)	34.92	—	9.36	1.84	23.72
Volaille	29.73	—	1.59	2.05	26.09

Ces marges, tant au Canada qu'aux Etats-Unis, peuvent paraître considérables mais il ne faut pas oublier que dans un magasin d'alimentation la division de la viande et de la volaille comporte bien des frais qui ne se présentent pas dans toutes les autres sections d'un magasin d'alimentation. Ainsi:

- le coût et les frais d'opération des congélateurs et des réfrigérateurs qu'exigent les produits de la viande;
- la main-d'oeuvre et les matériaux requis pour le découpage, la pesée et l'emballage;
- le surcroît d'espace exigé pour la mise en étalage, la viande ne pouvant être entassée dans un espace restreint comme c'est le cas, disons, pour les conserves et les produits non comestibles.

Chaînes de marchands associés

Il y a au Québec plus de 3,200 magasins de détail rattachés à des chaînes de marchands associés, desservis par des organismes centraux d'achats et de distribution. Plusieurs des chaînes ne comportent que

quelques magasins affiliés, mais il faut classer dans la même catégorie les établissements qui détiennent une franchise avec des entreprises de distribution aussi importantes que M. Loeb, Limited (magasins IGA), Metro-LaSalle et Richelieu. Chacune d'elles possède un réseau comptant plus de 200 magasins affiliés ou lui appartenant, dans la province de Québec.

Depuis quelques années, ces chaînes de marchands associés ont augmenté leur part du marché, surtout aux dépens des marchands indépendants. Il est important de bien comprendre le rôle de ces chaînes de magasins et les rapports qui existent entre le grossiste-distributeur et les marchands qui lui sont affiliés. Malheureusement, aux fins d'analyse financière et de compilation de statistiques, ce rôle devient confus pour les raisons suivantes:

- dans certaines chaînes, le grossiste-distributeur ne dessert que les marchands qui en font partie;
- dans certaines chaînes, le grossiste-distributeur exploite un petit nombre de magasins appartenant à la compagnie, en plus de desservir les marchands qui lui sont affiliés;
- quelques-unes des chaînes ont des entrepôts où ils vendent de la marchandise, au comptant et sans livraison, à des marchands indépendants, en plus de desservir des marchands associés et même d'exploiter des magasins qui appartiennent à la compagnie.

Les magasins IGA — la plus importante chaîne de marchands associés au Québec — font affaires par l'entremise de cinq détenteurs de franchise:

- M. Loeb, Limited, d'Ottawa, qui dessert la vallée de l'Outaouais, y compris la région de Hull;
- M. Loeb (Sherbrooke), Limited, qui dessert les Cantons de l'Est;
- A.A. Drouin Inc., d'Amos, qui dessert la partie nord-ouest de la province;
- Lafortune & Gagné Limitée, de Rouyn, qui dessert la partie nord du Québec;
- Shop and Save (1957), Limited, de Montréal, qui dessert le secteur métropolitain de Montréal.

Les compagnies centrales d'entreposage et de vente en gros tirent la majeure partie de leurs revenus de la vente de marchandises aux détaillants affiliés, habituellement sur une base de «coût plus frais». D'autres revenus proviennent de l'exploitation d'entrepôts où les marchands indépendants et non affiliés peuvent acheter au comptant et sans livraison leurs approvisionnements, tout comme ils le feraient chez n'importe quel autre grossiste. Moins la chaîne compte de mar-

chands affiliés, plus ces derniers doivent s'approvisionner chez d'autres grossistes vu que l'entrepôt ne peut stocker la gamme complète des produits vendus dans chacun des magasins.

Le «coût plus frais» compté aux détaillants affiliés comprend une somme destinée à défrayer les dépenses d'exploitation, les services consultatifs en gestion et en administration fournis aux détaillants. Cette somme varie entre 1½ et 6 pour cent du prix de gros, habituellement d'après une échelle mobile basée sur le volume d'achats. Des frais additionnels peuvent être imposés pour les dépenses en publicité.

Parmi les services que rend le centre d'approvisionnement ou l'organisme de vente en gros, il y a: des programmes de planification de la composition de l'ensemble des produits, destinés à assurer un niveau satisfaisant de ventes et de profits bruts; l'agencement et le calcul des majorations des prix de vente ainsi que le calcul des budgets d'exploitation et des niveaux de profits. La franchise peut obliger les magasins affiliés à adhérer assez rigoureusement aux directives sur les achats et sur les prix. Comme l'organisme central s'occupe également de la comptabilité et de l'analyse des ventes et des dépenses pour ses membres, il exerce sur eux une influence «très forte», sinon un contrôle absolu. Pour la plupart, les détaillants sont d'ailleurs convaincus, par les résultats obtenus, qu'il y va de leur intérêt de suivre les conseils du centre d'approvisionnement, et de tirer parti de l'aide d'administrateurs de grande classe et de services généraux compétents dont ils ne pourraient pas disposer autrement.

Les magasins de détail affiliés à ces chaînes font un chiffre d'affaires moyen d'environ \$190,000 par année. Cependant, dans le cas des chaînes les plus importantes, le chiffre d'affaires par magasin dépasse considérablement cette moyenne. On estime par exemple que le volume moyen des ventes des magasins IGA atteint plus de \$800,000 par année, tandis que pour les magasins Metro-LaSalle et Richelieu le chiffre d'affaires moyen est de plus de \$400,000 par année.

Les profits réalisés par les détaillants affiliés ne reviennent pas au détenteur de la franchise ou au centre d'approvisionnement. Cependant, pour faire des comparaisons valables entre les profits et coûts des chaînes de marchands associés et ceux de leurs principaux concurrents (les grands magasins à chaîne), il faut essayer de consolider les chiffres se rapportant au commerce en gros et ceux qui s'appliquent au commerce de détail. Les magasins à chaîne, on le sait, jouent à la fois le rôle de grossiste et de détaillant; leurs résultats figurent à la page 7 de l'annexe D. A la page 8 de l'annexe D, on trouvera une analyse des résultats des chaînes des marchands associés; il faut toutefois noter que les coûts et profits des magasins de détail affiliés ne sont que des estimations, les chiffres «réels» étant, ici encore, difficiles à obtenir, et cette fois en raison des facteurs suivants:

- l'ampleur des achats directs faits par les détaillants chez d'autres grossistes, dans les salaisons et chez les producteurs;
- les ventes au comptant et sans livraison aux détaillants non affiliés dont l'importance en termes de volume et de profits est difficile à obtenir;
- la part de profits réalisés par le grossiste ou le centre d'approvisionnement par l'entremise des magasins de détail qui lui appartiennent.

Il convient aussi de noter qu'à la page 8 de l'annexe D, les profits estimatifs sont établis avant paiement des impôts, alors que dans les annexes précédentes on a compilé les rapports de profits nets «après paiement des impôts». On ne saurait donner des chiffres «après paiement des impôts» dans le cas des détaillants sans avoir accès à des renseignements confidentiels sur leurs impôts.

Comme c'est aussi le cas pour les magasins à chaîne, la majoration de prix ou le profit brut sur la viande et la volaille tend à être plus élevé que sur les produits d'épicerie, la marchandise sèche et les oeufs, mais moindre que sur les fruits et légumes et les produits non comestibles. Les principaux postes de dépenses suivent également la même règle générale qui s'applique aux autres secteurs de commerce d'alimentation au détail; le plus important est celui des salaires et gages et il est suivi par les frais fixes tels que l'amortissement ou le loyer, les dépenses diverses pour fournitures et les dépenses en publicité.

Il y a une différence importante entre les magasins à chaîne et les détaillants indépendants (y compris les magasins affiliés à des chaînes de marchands associés): ces derniers vendent de la bière, alors que les magasins à chaîne n'en vendent pas. Il est difficile d'obtenir des renseignements précis sur l'effet de cet avantage au plan financier; toutefois, la vente de la bière avec une majoration variant entre 22 et 24 pour cent, représente une proportion considérable des profits du détaillant indépendant.

Cela permet sûrement au détaillant de soutenir la concurrence des magasins à chaîne et explique, au moins en partie, comment il se fait que les chaînes de marchands associés et les détaillants indépendants contrôlent 69 pour cent des ventes au détail au Québec, alors qu'au plan national leur part n'est que de 53 pour cent.

Détaillants indépendants

Il s'agit ici de petits magasins indépendants, habituellement gérés par leur propriétaire. Ils contrôlent encore 20 pour cent des ventes au détail des produits d'alimentation au Québec. De plus en plus, les propriétaires de ces magasins trouvent avantageux de s'affilier à des chaînes de marchands associés, quoique plusieurs d'entre-eux soient

en mesure de profiter du système de vente au comptant et sans livraison des centres d'approvisionnement des chaînes de marchands associés.

Les données financières et les informations sur les coûts dans les magasins de cette catégorie sont rudimentaires ou inexistantes et d'autres facteurs, dont les suivants, rendent pratiquement impossible toute comparaison valable avec les groupes de détaillants avec lesquels ils sont en concurrence:

- on ne fait pas de distinction entre les chiffres se rapportant aux salaires et avantages marginaux, et les bénéfices du propriétaire qui gère lui-même le magasin;
- les heures d'affaires du magasin sont habituellement plus longues et moins rigides que celles des magasins à chaîne ou des chaînes de marchands associés;
- on ne fait pas habituellement d'analyse des ventes par genre de produits (viande, épicerie, fruits et légumes et produits non comestibles);
- les détaillants indépendants et non affiliés, selon le cas, se spécialisent soit en charcuterie ou en boucherie ou encore opèrent comme marchands généraux ou « épiciers du coin ».

Pour toutes ces raisons il a été impossible de faire une analyse comptable valable. Cependant, par suite d'entretiens avec un certain nombre de bouchers au détail, nous en sommes venus aux conclusions suivantes:

- le petit boucher vend une proportion beaucoup plus élevée de boeuf de catégorie « commerciale » que de catégorie rouge ou bleue;
- il achète plus de quartiers ou de coupes que de carcasses entières ou de demi-carcasses; il offre moins de « spéciaux » et perd moins de parure au dépeçage que ses concurrents importants (par parure, nous entendons ici le gras et les os vendus aux établissements d'extraction pour \$0.01 ou \$0.02 la livre);
- il est en mesure de concurrencer avec succès les magasins à chaîne et les chaînes de marchands associés, sur le plan des prix, du service individuel et de la productivité, parce qu'il est personnellement intéressé au succès de l'entreprise et que ses frais d'opération sont moins élevés.

Les majorations de prix se comparent avantageusement avec celles des magasins à chaîne et des chaînes de marchands associés; par exemple, elles atteignent de 18 à 20 pour cent pour la viande fraîche et la volaille (« spéciaux » non compris) et de 22 à 30 pour cent sur les viandes apprêtées.

CONCLUSIONS

1. Le niveau des profits dans le commerce de l'alimentation au détail est relativement bas. Si on l'exprime en pourcentage des ventes ou de l'équité, il est plus bas que celui de la plupart des industries de fabrication ou de service (voir l'annexe E).
Cependant, il est intéressant de noter que les magasins à chaîne du Canada réalisent un bénéfice un peu plus élevé que ceux des Etats-Unis. Cela est probablement attribuable au fait que la concurrence est plus forte aux Etats-Unis.
2. Les sommes dépensées par les détaillants en publicité et aide-à-la-vente semblent très raisonnables. Si on les exprime en pourcentage des ventes, elles sont bien inférieures à celles des fabricants de produits alimentaires qui vendent leurs produits sous une marque de commerce.
3. Les majorations de prix au détail pour la viande et la volaille semblent plutôt élevées par rapport à l'écart total entre les prix payés au producteur et les prix payés par le consommateur. D'autre part, notre analyse démontre qu'elles se comparent avantageusement avec les majorations applicables aux produits d'épicerie et aux fruits et légumes, surtout si l'on tient compte des frais relativement élevés qu'entraîne la commercialisation de la viande et de la volaille.
4. Les gros détaillants fournissent au client une série de services non essentiels qui ajoutent au coût, mais il semble que les consommateurs soient heureux d'obtenir ces services et qu'ils les exigent même dans certains cas.
5. Les « spéciaux » offerts dans le domaine de la viande et de la volaille créent des perturbations dans le commerce de gros et occasionnent des difficultés aux salaisons et aux abattoirs; même s'il est indéniable qu'ils activent la vente et la concurrence, on pourrait difficilement considérer qu'ils sont avantageux pour le producteur.
6. Il serait difficile de réduire de façon sensible la partie de l'écart de prix sur la viande et la volaille qui se situe entre les grossistes et détaillants.
7. Il s'imposerait qu'on compile et qu'on publie des statistiques plus significatives en ce qui concerne la vente au détail des produits alimentaires. Il conviendrait aussi de redéfinir les catégories de magasins d'alimentation présentement utilisées par le Bureau fédéral de la statistique.

RECOMMANDATIONS

Mise en marché du porc

a) Nous recommandons qu'un office provincial de producteurs de porcs soit mis sur pied et qu'il organise et administre, comme en Ontario, un système obligatoire de vente aux enchères descendantes opérant par l'intermédiaire d'un réseau provincial de téléscripteurs doublé d'un réseau adéquat de centres d'arrivée.

b) Nous recommandons que la péréquation des prix obtenus aux enchères soit établie de façon à en corriger les fluctuations.

c) Nous recommandons que l'office perçoive toutes les sommes dues par les acheteurs et effectue tous les paiements aux éleveurs et aux transporteurs, de façon à assurer un contrôle plus efficace de toutes les transactions.

d) Nous recommandons que les salaisons et les abattoirs coopératifs soient astreints, comme les autres salaisons et abattoirs, à se procurer leurs porcs par l'intermédiaire du système de vente aux enchères par téléscripteurs.

e) Nous recommandons qu'à défaut d'une organisation efficace des éleveurs de porcs à l'échelle canadienne on s'efforce de conclure des ententes entre organismes provinciaux de mise en marché du porc de façon à éviter, autant que possible, le « dumping » interprovincial.

f) Nous recommandons, jusqu'à ce que l'office des producteurs de porcs ait commencé d'opérer, qu'on cesse d'abattre des porcs reçus aux marchés à bestiaux de Montréal sans fixation préalable de prix et que, si l'on doit se guider, dans la détermination des prix du porc, sur ceux qui ont été payés en Ontario la semaine précédente, on n'y opère aucune déduction arbitraire.

Mise en marché du boeuf, du veau, de l'agneau et du mouton

Nous recommandons, en attendant la création éventuelle d'un office de producteurs de boeuf, de veau, d'agneau et de mouton qui utiliserait lui aussi un système de vente aux enchères par téléscripteurs, mais qui pose des problèmes d'organisation et de fonctionnement particulièrement difficiles à résoudre dans l'immédiat, qu'on établisse les mercuriales, qui conditionnent le prix du bétail dans toute la province, sur une base plus large et plus représentative que les seules transactions effectuées aux deux marchés à bestiaux de Montréal, de façon à tenir compte tout au moins des prix payés dans les encans régionaux, qui devraient se qualifier comme marchés publics aux termes de la loi. Ceci contribuerait du même coup à améliorer le processus de détermination des prix.

Mise en marché de la volaille

a) Nous recommandons, dans l'hypothèse où l'on ne pourrait pas surmonter les difficultés que l'on rencontre actuellement dans l'organisation d'un plan conjoint pour la mise en marché des volailles d'abattage, que la Loi des marchés agricoles soit amendée de façon à permettre, à côté des offices de producteurs, la création de régies particulières du genre de celle qui contrôle la mise en marché du poulet de gril en Ontario et qu'une telle régie, avec pouvoir de contingentement et de fixation des prix, par les comités conjoints où éleveurs et acheteurs seraient représentés, soit établie au Québec pour réglementer la mise en marché des volailles d'abattage.

b) Nous recommandons d'ailleurs cet amendement à la Loi des marchés agricoles, non seulement pour régler éventuellement le problème de la mise en marché de la volaille, mais parce que nous considérons qu'elle aurait ainsi l'avantage d'offrir à tous les producteurs agricoles du Québec, en plus des plans conjoints, une formule alternative valable dont ils pourraient se prévaloir dans l'organisation de la mise en marché collective de leurs divers produits.

c) Nous recommandons qu'à défaut d'un office canadien de mise en marché de la volaille, l'on s'efforce de conclure des ententes entre organismes provinciaux de mise en marché de ce produit, de façon à éviter, autant que possible, les concurrences interprovinciales ruineuses et les engorgements éventuels du marché.

Les encans

Nous recommandons que des normes de salubrité soient établies pour l'aménagement et le fonctionnement des encans régionaux, que toutes les opérations de mise en marché y soient réglementées, que les frais et rémunérations y soient contrôlés selon une échelle approuvée, que leur comptabilité de base soit uniformisée et qu'un régime de bons de garantie soit institué pour assurer la protection des éleveurs.

Les transporteurs

Nous recommandons que la Régie des marchés agricoles, en consultation avec l'Association des camionneurs et les associations d'éleveurs intéressées, réglemente les conditions de transport des bestiaux et établisse une échelle de tarifs valable pour l'ensemble de la province.

Industrie de l'abattage

a) Nous recommandons qu'en vue d'assurer la consolidation des 36 abattoirs sous inspection provinciale et des 550 abattoirs non certifiés de la province en un réseau équilibré d'abattoirs régionaux mo-

dernes, hygiéniques et rentables, qui pourrait soutenir la concurrence des grandes salaisons, on ne se contente pas d'éliminer les établissements marginaux par des exigences de salubrité plus rigoureuses, mais que l'on procède selon un plan pré-établi, comme on le fait pour le regroupement des usines laitières et que le nouvel office de crédit industriel fournisse aux intéressés l'assistance technique et les facilités de crédit nécessaires à l'établissement de ce réseau.

b) Nous recommandons qu'une entente soit conclue entre le Gouvernement provincial et le Gouvernement fédéral en vue d'uniformiser leurs standards de certification des abattoirs de bétail et de volaille, de façon à ce que tous les établissements d'abattage de la province puissent profiter à la fois des avantages de la certification provinciale et de ceux de la certification fédérale.

c) Nous recommandons l'abolition immédiate de l'aide au transport du bétail de façon à accélérer la constitution du réseau d'abattoirs régionaux certifiés recommandé plus haut.

Statistiques

Nous recommandons que les statistiques publiées tant par les services fédéraux que par les services provinciaux de statistiques sur la production, la mise en marché et la consommation de la viande et de la volaille au Québec soient coordonnées et développées, en s'assurant les collaborations nécessaires, de façon à permettre de meilleures prévisions et des comparaisons régionales valables.

Recherches

Nous recommandons que les recherches soient amplifiées dans le domaine de l'élevage du bétail, ainsi que dans celui de la mise en marché, de l'apprêtage et de l'entreposage des viandes.

LISTE DES ANNEXES

Annexe « A »

Graphiques d'acheminement montrant les systèmes de mise-en-marché au Québec pour:

- Les bovins (boeuf)
- Les moutons et agneaux
- Les porcs
- Les veaux
- La volaille.

Annexe « B »

Statistiques du marché du Québec par catégorie de viande et de volaille 1961-1965 inclusivement montrant:

- La consommation du Québec
- La production du Québec
- Le surplus ou insuffisance

Annexe « C »

Tableaux de prix

- Partie I Prix des animaux vivants au Québec et sur d'autres marchés (1956-1965 inclusivement)
- Partie II Prix de gros des viandes, à Montréal et sur d'autres marchés (1961-1965 inclusivement)
- Partie III Prix des viandes au détail pour diverses catégories représentatives de viande, à Montréal, Québec et autres marchés (1961-1965 inclusivement).

Annexe « D »

Tableaux montrant les coûts encourus et les profits réalisés:

- Encans
- Marchés à bestiaux
- Agents à commission
- Charcutiers-grossistes
- Abattoirs de volaille
- Magasins à chaîne
- Chaînes de marchands associés.

Annexe « E »

Comparaison des rendements en profits.

ANNEXE A

***Graphiques d'acheminement
montrant les systèmes de
mise-en-marché au Québec pour :***

Les bovins (boeuf)

Les moutons et agneaux

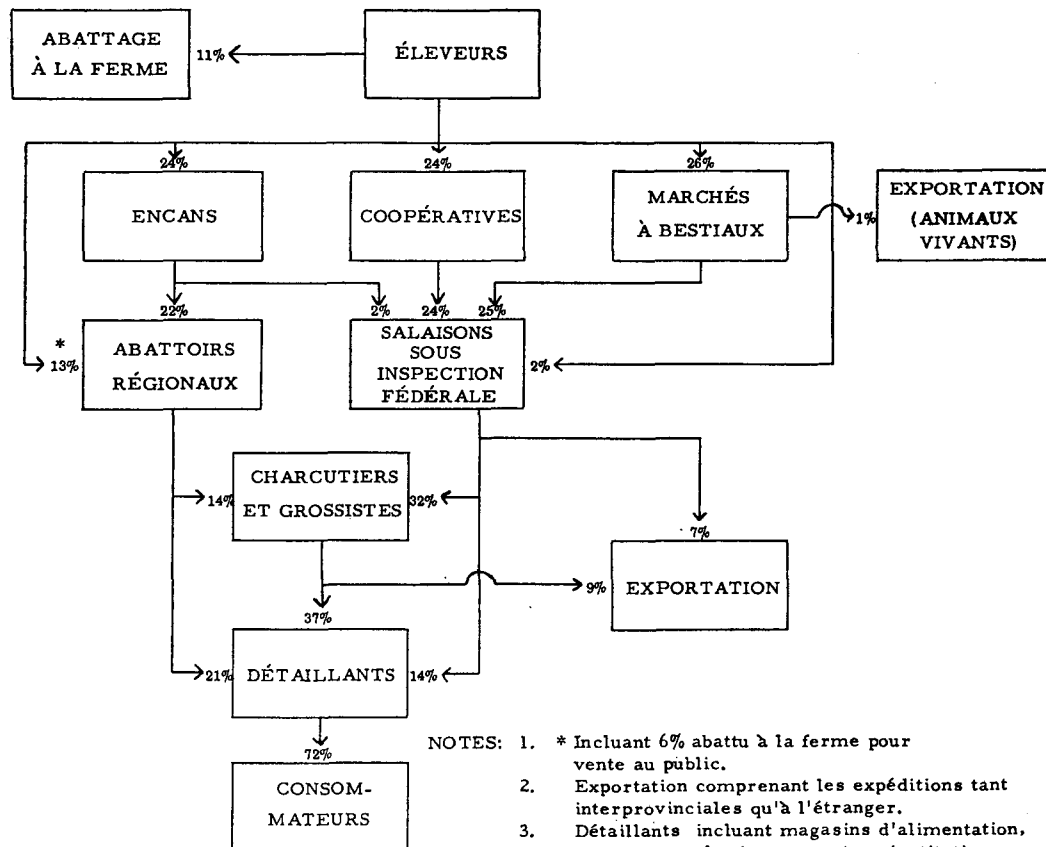
Les porcs

Les veaux

La volaille

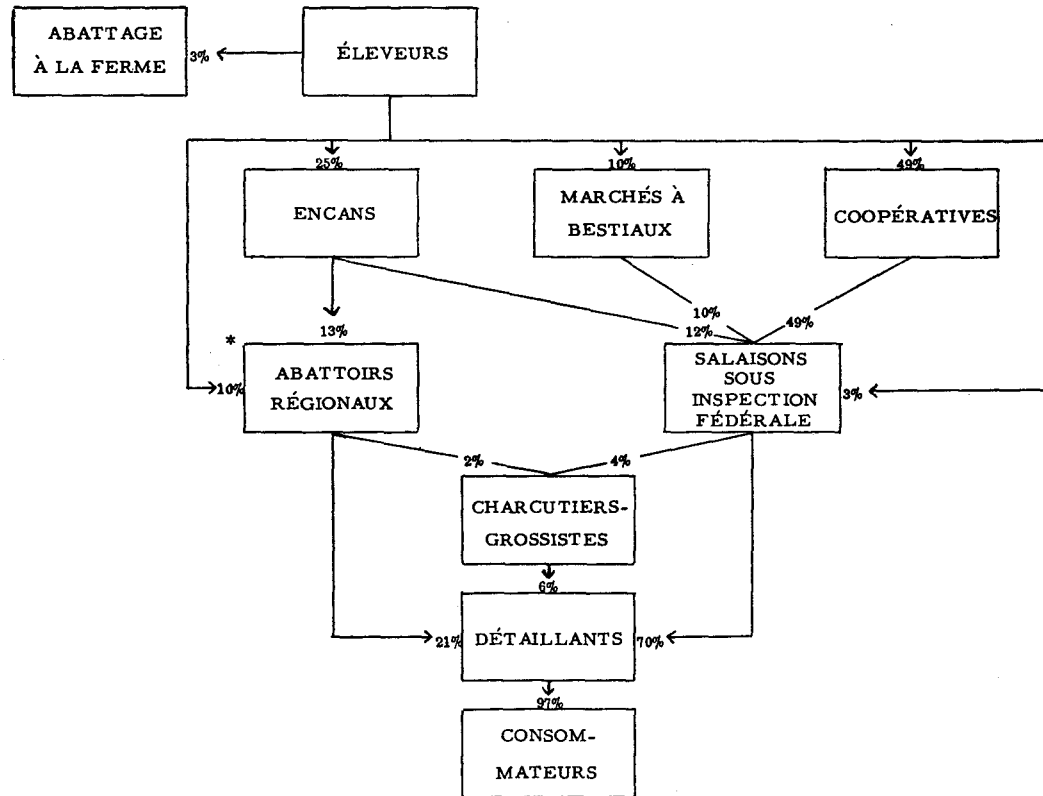
ACHÈMINEMENT DES BOVINS (BOEUF) AU QUÉBEC - 1965

ANNEXE A

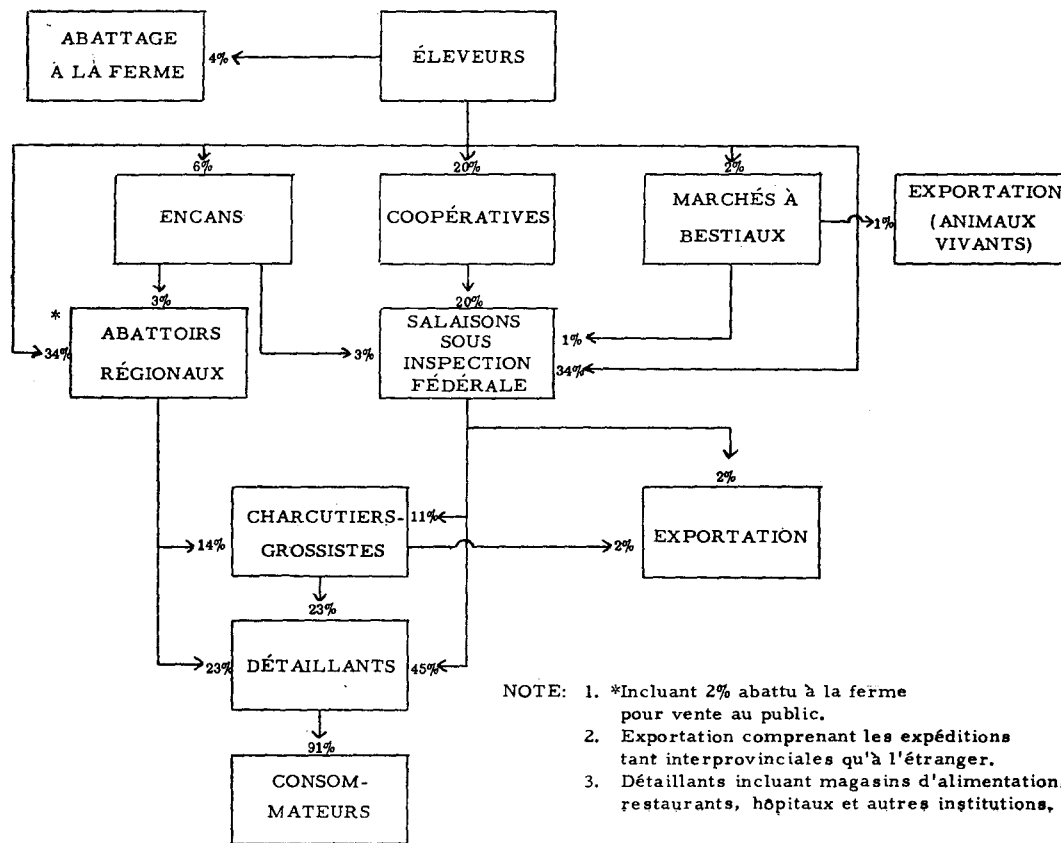


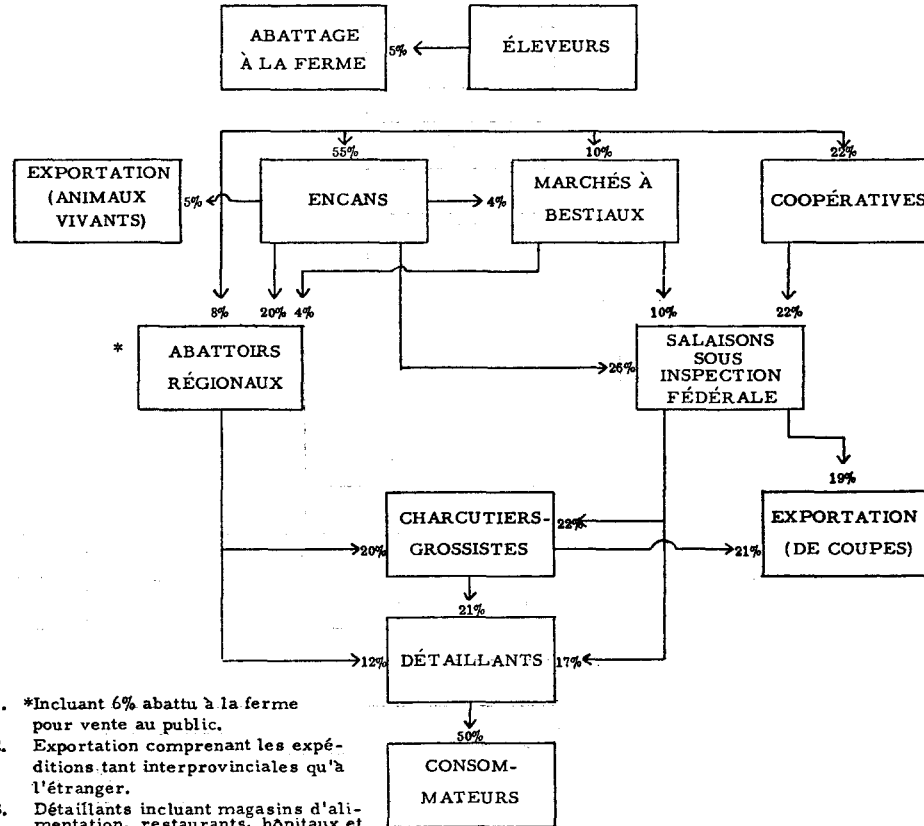
ACHEMINEMENT DES MOUTONS ET AGNEAUX AU QUÉBEC - 1965

ANNEXE A-2



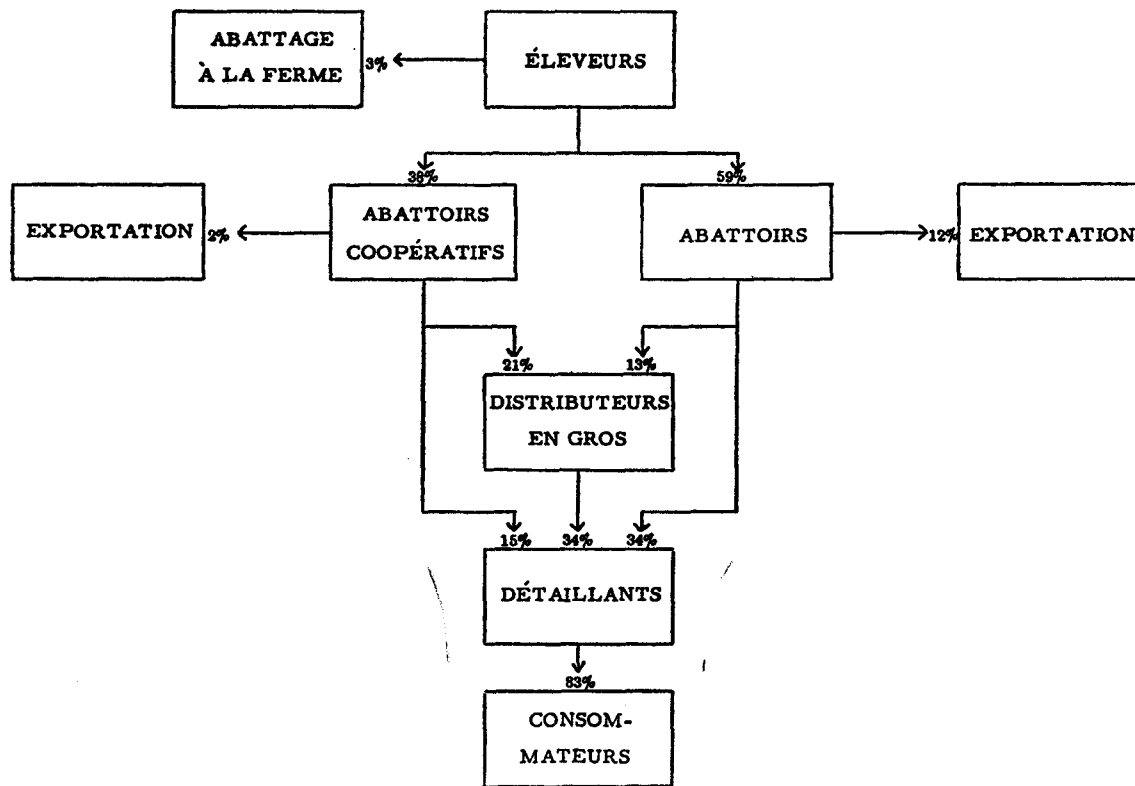
- NOTES: 1.* Incluant 4% abattus à la ferme pour vente au public.
 2. Incluant magasins d'alimentation, restaurants, hôpitaux et autres institutions.





ACHEMINEMENT DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC - 1965

ANNEXE A-5



NOTE: 1. Exportation comprenant les expéditions tant interprovinciales qu'à l'étranger.
 2. Détaillants incluant magasins d'alimentation, restaurants, hôpitaux et autres institutions.

ANNEXE B

***Statistiques du marché du Québec par
catégorie de viande et de volaille
1961-1965 inclusivement montrant :***

- La consommation du Québec**
- La production du Québec**
- Le surplus ou insuffisance**

MARCHÉ DE LA VIANDE ET DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC — 1965

Espèce	Consommation (Livres - poids habillé)		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
VIANDE	Livres per capita	Total (lb.)	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids habillé	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids habillé	%
Boeuf	78.7	445,205,900	309,000	163,986,300	(529,903)	(281,219,600)	(63.2)
Agneau & mouton	2.8	15,839,600	59,700	2,662,620	(295,448)	(13,177,000)	(83.2)
Porc ¹	49.2	278,324,400	1,742,800	221,161,320	(450,457)	(57,163,000)	(20.5)
Veau	8.0	45,256,000	583,600	85,847,600	275,946	40,591,600	89.7
VOLAILLE							
Poulets & poules	26.0	147,082,000		173,006,000		25,924,000	17.6
Dindes	9.5	53,741,500		27,869,000		(25,872,500)	(48.1)
Autres	0.5	2,828,500		1,633,000		(1,195,500)	(42.3)
TOTAL DE LA VOLAILLE	36.0	203,652,000		202,508,000		1,144,000	(0.6)

1. Les chiffres sont exprimés en poids froid apprêté.

Sources: B.F.S. et B.S.Q.

MARCHÉ DU BOEUF AU QUÉBEC — 1961-1965

ANNEXE B-2

Année	Consommation (Livres - poids habillé)		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
	<i>Livres per capita</i>	<i>Total (lb.)</i>	<i>Nombre d'animaux</i>	<i>Nombre de livres poids habillé</i>	<i>Nombre d'ani- maux</i>	<i>Nombre de livres poids habillé</i>	<i>%</i>
1961	69.7	366,552,300	252,000	133,610,400	(439,347)	(232,941,900)	(63.5)
1962	69.2	371,327,200	269,000	142,435,500	(432,279)	(228,891,700)	(61.5)
1963	73.7	403,507,500	278,000	150,870,600	(465,518)	(252,636,900)	(62.6)
1964	78.7	437,729,400	288,000	156,124,800	(519,470)	(281,604,600)	(64.3)
1965	78.7	445,205,900	309,000	163,986,300	(529,903)	(281,219,600)	(63.2)

MARCHÉ DE L'AGNEAU & DU MOUTON AU QUÉBEC — 1961-1965

ANNEXE B-3

Année	Consommation (Livres - poids habillé)		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
	<i>Livres per capita</i>	<i>Total (lb.)</i>	<i>Nombre d'animaux</i>	<i>Nombre de livres poids habillé</i>	<i>Nombre d'ani- maux</i>	<i>Nombre de livres poids habillé</i>	<i>%</i>
1961	3.6	18,932,400	100,400	4,427,640	(328,906)	(14,504,760)	(76.6)
1962	3.8	20,390,800	86,900	3,814,910	(377,582)	(16,575,890)	(81.3)
1963	3.9	21,352,500	78,300	3,515,670	(397,257)	(17,836,830)	(83.5)
1964	3.4	18,910,800	67,900	3,055,500	(352,340)	(15,855,300)	(83.8)
1965	2.8	15,839,600	59,700	2,662,620	(295,448)	(13,177,000)	(83.2)

MARCHÉ DU PORC AU QUÉBEC — 1961-1965

ANNEXE B-4

Année	Consommation Livres — poids froid apprêté		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
	Livres per capita	Total (lb.)	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids froid apprêté	Nombre d'ani- maux	Nombre de lbs Poids froid apprêté	%
1961	49.9	262,424,100	1,558,000	200,203,000	(484,211)	(62,221,100)	(23.7)
1962	49.8	267,226,800	1,719,700	219,949,630	(369,642)	(47,277,170)	(17.7)
1963	50.7	277,582,500	1,896,400	244,066,680	(260,418)	(33,515,820)	(12.1)
1964	51.9	288,667,800	1,885,100	240,915,780	(373,646)	(47,752,020)	(16.5)
1965	49.2	278,324,400	1,742,800	221,161,320	(450,457)	(57,163,000)	(20.5)

MARCHÉ DU VEAU AU QUÉBEC — 1961-1965

ANNEXE B-5

Année	Consommation Livres — poids habillé		Production du Québec		Surplus ou (insuffisances)		
	Livres per capita	Total lbs	Nombre d'animaux	Nombre de livres poids habillé	Nombre d'ani- maux	Nombre de livres poids habillé	%
1961	6.8	35,761,200	477,300	66,058,300	278,910	30,297,000	84.7
1962	6.5	34,879,000	519,900	74,865,600	277,685	39,986,600	114.6
1963	6.6	36,135,000	532,700	75,909,700	279,121	39,774,700	110.1
1964	6.9	38,377,000	531,900	77,072,300	267,048	38,695,300	100.8
1965	8.0	45,256,000	583,600	85,847,600	275,946	40,591,600	89.7

MARCHÉ DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC — 1961-1965

ANNEXE B-6

Année	Espèce	Consommation Poids éviscéré		Production du Québec	Surplus ou (insuffisances)	
		<i>Livres per capita</i>	<i>Total (lb.)</i>		<i>Livres</i>	<i>%</i>
1961	Poulets & poules	23.0	120,957,000	117,782,000	(3,175,000)	(2.6)
	Dindes	7.6	39,968,400	17,329,000	(22,639,400)	(56.6)
	Autres	0.5	2,629,500	1,188,000	(1,441,500)	(54.8)
	TOTAL	31.1	163,554,900	136,299,000	(27,255,900)	(16.7)
1962	Poulets & poules	22.9	122,881,400	129,623,000	6,741,600	5.5
	Dindes	7.7	41,318,200	18,489,000	(22,829,200)	(55.3)
	Autres	0.45	2,414,700	1,325,000	(1,089,700)	(45.1)
	TOTAL	31.05	166,614,300	149,437,000	(17,177,300)	(10.3)
1963	Poulets & poules	23.7	129,757,500	144,128,000	14,370,500	11.1
	Dindes	8.3	45,442,500	18,116,000	(27,326,500)	(60.1)
	Autres	0.45	2,463,750	1,485,000	(978,750)	(39.7)
	TOTAL	32.45	177,663,750	163,729,000	(13,934,750)	(7.8)
1964	Poulets & poules	25.4	141,274,800	155,987,000	14,712,200	10.4
	Dindes	8.6	47,833,200	20,008,000	(27,825,200)	(58.2)
	Autres	0.47	2,614,140	1,662,000	(952,140)	(36.4)
	TOTAL	34.47	191,722,140	177,657,000	(14,065,140)	(7.3)
1965	Poulets & poules	26.0	147,082,000	173,006,000	25,924,000	17.6
	Dindes	9.5	53,741,500	27,869,000	(25,872,500)	(48.1)
	Autres	.5	2,828,500	1,633,000	(1,195,500)	(42.3)
	TOTAL	36.0	203,652,000	202,508,000	(1,144,000)	(0.6)

Source: B.F.S. — Catalogue no 23-202

ANNEXE C

Tableaux de prix

- Partie I** Prix des animaux vivants, au Québec et sur d'autres marchés (1956-1965 inclusivement)
- Partie II** Prix de gros des viandes, à Montréal et sur d'autres marchés (1961-1965 inclusivement)
- Partie III** Prix des viandes au détail pour diverses catégories représentatives de viande, à Montréal, Québec et autres marchés (1961-1965 inclusivement)

ANNEXE C — PARTIE I

PRIX DES ANIMAUX VIVANTS

BOVINS

Prix moyen pondéré le 100 lbs payé à l'éleveur

BONNES VACHES				VACHES MOYENNES			
Année	Calgary	Toronto	Montréal	Année	Calgary	Toronto	Montréal
1956	10.40	11.90	12.40	1956	9.38	11.12	11.01
1957	11.40	12.65	13.40	1957	10.40	11.62	11.63
1958	15.84	16.95	17.20	1958	14.85	16.05	15.66
1959	16.55	17.55	18.59	1959	15.14	16.37	16.90
1960	14.87	15.85	16.70	1960	13.48	14.80	15.42
1961	15.05	16.25	16.55	1961	13.75	15.05	15.40
1962	16.60	17.85	17.80	1962	15.13	16.20	16.39
1963	16.55	17.40	18.05	1963	14.97	15.98	16.05
1964	14.75	16.00	16.60	1964	13.50	14.46	14.62
1964	13.90	15.50	15.80	1965	12.61	14.25	13.45

BOEUF DE FABRICATION

Année	Calgary	Toronto	Montréal
1956	6.54	8.11	7.51
1957	7.85	8.90	8.83
1958	11.79	12.95	12.88
1959	11.14	13.20	12.89
1960	9.48	11.50	11.75
1961	10.19	11.75	12.09
1962	11.49	12.94	12.46
1963	12.73	13.05	12.73
1964	11.25	11.44	12.29
1965	10.71	11.76	11.48

Source: Livestock Market Review.

ANNEXE C-2 — PARTIE I

MOUTONS ET AGNEAUX

Prix moyen pondéré le 100 lbs payé à l'éleveur

<i>Année</i>	<i>Tous les marchés</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1956	17.00	19.10	16.50
1957	17.55	19.25	16.25
1958	18.20	19.63	16.81
1959	17.50	19.40	16.81
1960	16.95	18.63	16.45
1961	16.50	18.25	16.65
1962	17.20	19.05	17.25
1963	18.20	20.45	17.75
1964	19.35	21.65	18.40
1965	21.20	23.20	22.00

PORC (poids habillé)

Prix moyen pondéré le 100 lbs payé à l'éleveur

<i>Année</i>	<i>Tous les marchés</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1956	24.20	26.50	25.60
1957	28.70	30.05	30.35
1958	26.47	28.13	28.05
1959	21.99	23.80	23.90
1960	22.18	23.75	24.55
1961	25.40	27.30	27.65
1962	27.00	28.60	28.15
1963	26.15	26.80	26.40
1964	25.25	26.30	25.80
1965	31.00	32.40	30.75

Source: Livestock Market Review.

ANNEXE C-3 — PARTIE I

VEAUX

Prix moyen pondéré le 100 lbs payé à l'éleveur

CATÉGORIES CHOIX ET BON

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1956	18.90	24.40	21.40
1957	19.60	25.15	21.40
1958	24.85	30.60	26.50
1959	24.65	33.10	28.78
1960	23.94	31.80	27.80
1961	25.35	30.80	28.05
1962	27.15	31.85	29.50
1963	26.90	30.70	28.05
1964	23.95	29.85	27.75
1965	22.55	30.50	28.80

Source: Livestock Market Review.

ANNEXE C-4 — PARTIE I

VOLAILLE VIVANTE

Prix moyen pondéré payé à l'éleveur

POULET DE GRIL MOINS DE 5 LBS			
<i>Année</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>	<i>Québec</i>
1956	26.4	27.2	26.1
1957	24.3	24.1	22.7
1958	24.1	22.9	22.4
1959	19.2	21.1	21.1
1960	21.5	20.8	21.1
1961	15.1	16.0	16.0
1962	18.3	19.6	19.2
1963	19.1	20.2	20.1
1964	17.6	18.4	18.5
1965	18.8	19.7	19.6

POULE MOINS DE 5 LBS			
<i>Année</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>	<i>Québec</i>
1956	23.7	24.7	23.1
1957	17.2	18.6	16.0
1958	17.1	18.8	17.7
1959	12.1	14.3	13.0
1960	13.0	13.9	13.8
1961	9.8	10.3	8.9
1962	9.2	10.3	9.4
1963	12.5	12.2	11.0
1964	9.1	9.2	9.8
1965	9.4	8.4	7.9

Source: Poultry Products Market Review.

ANNEXE C-5 — PARTIE I

VOLAILLE VIVANTE

Prix moyen pondéré payé à l'éleveur

DINDONNEAUX 12 LBS ET MOINS			
<i>Année</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>	<i>Québec</i>
1956	n.d.	n.d.	n.d.
1957	31.4	31.4	30.3
1958	33.3	32.9	32.7
1959	24.7	25.0	25.6
1960	29.7	29.7	30.1
1961	24.0	24.4	24.4
1962	27.5	25.7	25.4
1963	—	25.6	25.8
1964	—	25.2	25.3
1965	—	24.7	24.7

DINDONS 12 à 20 LBS			
<i>Année</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>	<i>Québec</i>
1956	37.0	36.1	36.9
1957	32.1	31.0	29.7
1958	35.5	33.3	31.6
1959	25.3	25.3	26.3
1960	36.0	30.7	28.9
1961	27.0	25.2	25.0
1962	28.5	29.7	28.9
1963	n.d.	27.3	26.6
1964	n.d.	27.2	28.1
1965	n.d.	28.2	26.7

Source: Poultry Products Market Review.
N.D.: Non disponible.

ANNEXE C — PARTIE II

PRIX DE GROS DES VIANDES

Prix moyen la livre du bon bouvillon en carcasses et en côtés

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1961	38.4	41.2	41.8
1962	44.2	46.5	47.2
1963	41.0	42.6	44.0
1964	39.1	40.8	42.8
1965	41.0	42.9	44.6

Prix moyen la livre du veau de choix en carcasses

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1961	45.9	48.8	45.8
1962	49.8	51.2	48.5
1963	52.0	51.7	49.9
1964	47.6	50.8	46.7
1965	45.6	50.5	47.8

Prix moyen la livre de l'agneau frais en carcasses

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1961	40.2	47.4	47.3
1962	41.6	48.8	47.3
1963	45.1	52.7	52.7
1964	46.0	55.9	50.2
1965	52.1	61.6	56.4

Source: Livestock Market Review.

ANNEXE C — PARTIE II

PRIX DE GROS DES VIANDES (suite)

*Prix moyen la livre de la longe de porc frais,
qualité choix, apprêté*

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1961	46.9	52.8	51.2
1962	49.7	54.6	51.8
1963	50.5	51.8	50.0
1964	46.7	51.3	50.1
1965	53.7	59.4	58.4

*Prix moyen la livre du jambon fumé, désossé
et cuit partiellement*

<i>Année</i>	<i>Edmonton</i>	<i>Toronto</i>	<i>Montréal</i>
1961	71.5	73.3	71.2
1962	74.9	75.6	73.9
1963	76.9	73.0	73.1
1964	76.1	73.3	73.2
1965	83.7	84.4	82.0

Source: Livestock Market Review.

*Moyenne annuelle des prix au détail pour diverses catégories représentatives
de viande par région urbaine, 1961 à 1965 inclusivement*

		<i>St-Jean, T.N.</i>	<i>Hali- fax</i>	<i>St-Jean, N.B.</i>	<i>Ville de Québec</i>	<i>Mont- réal</i>	<i>Otta- wa</i>	<i>To- ronto</i>	<i>Win- nipeg</i>	<i>Ré- gina</i>	<i>Saska- toon</i>	<i>Calgary</i>	<i>Edmon- ton</i>	<i>Vancou- ver</i>
BOEUF														
Bifteck de surlonge, lb.	1961	1.141	1.101	1.110	1.133	1.111	1.004	.952	.866	.887	.896	.860	.894	1.018
Moyenne	1962	1.127	1.233	1.153	1.304	1.239	1.110	1.042	.982	1.009	.997	.961	.968	1.087
	1963	1.137	1.188	1.125	1.278	1.222	1.055	.985	.914	.966	.968	.940	.912	1.047
	1964	1.198	1.166	1.103	1.255	1.212	1.011	.927	.874	.962	.950	.892	.894	.993
	1965	1.230	1.192	1.130	1.290	1.306	1.107	1.021	.926	1.016	.986	.942	.943	1.056
Bifteck dans la ronde, lb.	1961	.984	.896	.941	.964	.969	.903	.918	.820	.808	.854	.733	.818	.864
Moyenne	1962	.997	1.018	.991	1.059	1.069	1.006	1.009	.910	.905	.940	.818	.870	.918
	1963	1.023	.961	.970	1.025	1.035	.969	.964	.851	.875	.924	.781	.837	.861
	1964	1.042	.941	.954	1.008	.999	.925	.937	.839	.858	.875	.756	.803	.832
	1965	1.057	.961	.967	.998	1.008	.983	.995	.880	.875	.911	.786	.850	.846
Rôti de côtes roulées, lb.	1961	.870	.673	.761	.930	.989	.935	.925	.715	.730	.741	.853	.745	.940
Moyenne	1962	.885	.756	.779	1.070	1.088	1.043	1.006	.801	.821	.825	.928	.830	1.005
	1963	.907	.728	.776	1.088	1.056	1.007	.984	.759	.813	.828	.868	.791	.963
	1964	.917	.708	.763	1.096	1.065	1.005	.985	.721	.807	.775	.820	.743	.897
	1965	.925	.729	.795	1.146	1.150	1.045	1.030	.748	.815	.820	.887	.786	.910
Rôti de palette, lb.	1961	.726	.565	.603	.523	.503	.620	.595	.602	.502	.610	.650	.478	.674
Moyenne	1962	.723	.626	.619	.592	.580	.689	.655	.664	.571	.663	.727	.548	.729
	1963	.720	.607	.601	.583	.553	.643	.622	.617	.571	.665	.654	.507	.700
	1964	.731	.595	.584	.549	.511	.623	.595	.557	.553	.651	.628	.455	.648
	1965	.734	.604	.591	.555	.516	.632	.628	.569	.555	.643	.677	.465	.667
Boeuf à bouillir, lb.	1961	.689	.700	.706	.542	.667	.682	.665	.657	.642	.656	.662	.673	.699
Moyenne	1962	.684	.760	.734	.714	.727	.729	.692	.720	.691	.703	.736	.732	.750
	1963	.692	.749	.731	.737	.735	.699	.675	.699	.710	.729	.728	.730	.721
	1964	.711	.740	.719	.728	.737	.684	.668	.669	.718	.711	.686	.709	.679
	1965	.724	.755	.738	.745	.776	.696	.682	.683	.733	.728	.734	.722	.699
Boeuf haché, lb.	1961	.667	.526	.533	.434	.450	.438	.424	.438	.458	.498	.356	.397	.446
Moyenne	1962	.659	.577	.534	.485	.490	.466	.451	.520	.508	.523	.425	.435	.485
	1963	.656	.576	.536	.488	.493	.466	.459	.506	.515	.528	.428	.438	.476
	1964	.650	.582	.513	.475	.495	.457	.445	.468	.499	.488	.408	.406	.443
	1965	.660	.566	.513	.466	.504	.465	.472	.450	.511	.502	.419	.411	.450

Moyenne annuelle des prix au détail pour diverses catégories représentatives
de viande par région urbaine, 1961 à 1965 inclusivement (suite)

ANNEXE C — PARTIE III (suite)

			St-Jean, T.N.	Hali- fax	St-Jean, N.B.	Ville de Québec	Mont- réal	Otta- wa	To- ronto	Win- nipeg	Ré- gina	Saska- toon	Calgary	Vancou- ver	Edmon- ton
BOEUF (suite)															
Foie de boeuf, lb.															
	Moyenne	1961	.569	.464	.507	.499	.577	.636	.575	.589	.567	.546	.527	.499	.661
		1962	.555	.470	.510	.533	.568	.628	.572	.622	.607	.590	.590	.537	.676
		1963	.562	.470	.525	.578	.598	.598	.596	.631	.627	.599	.610	.542	.687
		1964	.561	.460	.518	.588	.593	.593	.605	.606	.613	.580	.577	.520	.674
		1965	.575	.485	.521	.594	.604	.604	.590	.630	.617	.580	.559	.509	.649
Côtelettes de porc, lb.															
	Moyenne	1961	.768	.815	.789	.782	.777	.755	.738	.651	.696	.678	.663	.658	.670
		1962	.768	.827	.776	.810	.796	.778	.746	.697	.743	.717	.701	.692	.694
		1963	.790	.793	.771	.778	.808	.754	.708	.699	.765	.734	.714	.720	.726
		1964	.793	.808	.752	.746	.823	.744	.717	.646	.741	.720	.680	.651	.674
		1965	.821	.887	.819	.832	.955	.831	.817	.694	.815	.788	.758	.726	.704
Rôti de porc - épaule, lb.															
	Moyenne	1961	.728	.545	.540	.542	.599	.614	.571	.546	.542	.541	.540	.512	.598
		1962	.715	.550	.554	.601	.628	.641	.600	.560	.574	.556	.566	.540	.616
		1963	.698	.556	.572	.626	.622	.629	.582	.559	.584	.581	.541	.551	.647
		1964	.696	.539	.551	.604	.609	.584	.563	.504	.511	.524	.504	.510	.607
		1965	.702	.580	.570	.695	.693	.649	.651	.547	.576	.560	.561	.507	.647
Saucisse, lb.															
	Moyenne	1961	.504	.593	.589	.605	.645	.647	.579	.554	.547	.513	.623	.492	.575
		1962	.509	.615	.590	.645	.667	.640	.568	.575	.584	.531	.642	.495	.585
		1963	.511	.632	.611	.646	.669	.660	.579	.627	.629	.556	.646	.567	.618
		1964	.505	.662	6.00	.634	.671	.666	.580	.618	.630	.535	.624	.572	.618
		1965	.502	.700	.642	.657	.714	.712	.623	.657	.672	.603	.642	.610	.648
Bacon, paquet ½ lb.															
	Moyenne	1961..	.452	.512	.514	n.d.	n.d.	.493	.496	.480	.450	.481	.469	.446	.490
		1962	.452	.540	.544	n.d.	n.d.	.510	.503	.406	.475	.474	.469	.466	.510
		1963	.454	.533	.547	n.d.	n.d.	.507	.486	.489	.476	.467	.450	.459	.500
		1964	.448	.504	.543	.513	.499	.492	.477	.477	.458	.461	.416	.426	.461
		1965	.519	.603	.592	.603	.598	.554	.576	.542	.524	.520	.525	.499	.551
Jambon fumé, lb.															
	Moyenne	1961	1.058	.621	.652	.640	.736	1.063	1.008	.603	.993	.961	.591	.645	.955
		1962	1.077	.646	.651	.684	.759	1.069	1.040	.601	1.064	.998	.590	.626	.989
		1963	1.095	.637	.659	.725	.803	1.059	.994	.622	1.142	1.060	.563	.636	1.050
		1964	1.101	.643	.652	.682	.749	1.049	1.003	.599	1.184	1.064	.514	.575	1.037
		1965	1.170	.683	.706	.744	.792	1.182	1.125	.653	1.252	1.138	.564	.607	1.070

*Moyenne annuelle des prix au détail pour diverses catégories représentatives
de viande par région urbaine, 1961 à 1965 inclusivement (suite)*

ANNEXE C — PARTIE III (suite)

		St-Jean, T.N.	Hali- fax	St-Jean, Ville de N.B. Québec	Mont- réal	Otta- wa	To- ronto	Win- nipeg	Ré- gina	Saska- toon	Calgary	Edmon- ton	Vancou- ver
AUTRES VIANDES													
Côtelettes de veau, lb.	lb.												
Moyenne	1961	.839	.771	.821	.842	.902	.887	.903	.920	.918	.915	.816	.920
	1962	.843	.785	.858	.901	.921	.938	.955	1.001	.930	.986	.872	.932
	1963	.851	.878	.930	.943	.978	.947	.982	1.020	.897	1.007	.885	.919
	1964	.872	.918	.962	.954	.981	.974	.977	.984	.867	.968	.794	.874
	1965	.880	.919	.993	.956	.982	1.004	.980	.971	.888	.962	.773	.882
Gigot d'agneau, lb.													
Moyenne	1961	.781	.689	.741	.768	.801	.716	.767	.764	.825	.747	.725	.706
	1962	.788	.719	.714	.751	.750	.713	.751	.756	.759	.723	.702	.690
	1963	.810	.824	.754	.779	.717	.754	.789	.805	.819	.738	.695	.732
	1964	.817	.791	.787	.826	.707	.763	.767	.759	.835	.728	.681	.729
	1965	.819	.874	.807	.868	.799	.817	.854	.843	.895	.861	.748	.825
Saucisse fumée, lb.													
Moyenne	1961	.542	.541	.538	.527	.548	.566	.574	.533	.526	.526	.473	.481
	1962	.539	.540	.530	.566	.566	.573	.566	.544	.529	.533	.488	.506
	1963	.542	.538	.523	.574	.570	.580	.576	.551	.541	.559	.488	.509
	1964	.545	.537	.519	.571	.575	.587	.578	.545	.542	.562	.494	.504
	1965	.558	.561	.537	.594	.596	.604	.599	.552	.562	.595	.510	.532
Pain de viande, bte de 12 oz.													
Moyenne	1961	.496	.514	.484	.481	.481	.476	.411	.451	.455	.475	.459	.431
	1962	.541	.519	.508	.515	.512	.488	.433	.482	.500	.488	.483	.451
	1963	.546	.514	.514	.523	.514	.502	.449	.485	.523	.507	.507	.462
	1964	.549	.493	.497	.504	.501	.489	.435	.475	.508	.492	.478	.455
	1965	.559	.516	.505	.509	.514	.505	.452	.494	.529	.507	.488	.460
VOLAILLE													
Poulet, 1½ - 3 lbs, lb.													
Moyenne	1961	.624	.451	.446	.401	.421	.436	.414	.460	.449	.465	.460	.540
	1962	.555	.461	.459	.429	.440	.456	.437	.464	.476	.486	.481	.555
	1963	.585	.480	.470	.445	.450	.473	.452	.478	.499	.494	.499	.616
	1964	.548	.470	.478	.439	.443	.458	.424	.432	.439	.445	.429	.558
	1965	.536	.474	.475	.457	.446	.468	.453	.444	.458	.469	.463	.566
Dinde, 8 - 16 lbs, lb.													
Moyenne	1961	.641	.594	.609	.527	.565	.553	.562	.554	.608	.588	.524	.562
	1962	.572	.552	.570	.546	.536	.529	.508	.532	.550	.551	.549	.537
	1963	.568	.551	.578	.552	.538	.524	.496	.506	.525	.525	.535	.530
	1964	.581	.564	.587	.553	.542	.539	.512	.504	.554	.530	.542	.556
	1965	.571	.554	.571	.553	.532	.518	.491	.514	.548	.514	.546	.551

ANNEXE D

Tableaux montrant les coûts encourus et les profits réalisés

- D-2 Encans**
- D-3 Marchés à bestiaux**
- D-4 Agents à commission**
- D-5 Charcutiers-grossistes**
- D-6 Abattoirs de volaille**
- D-7 Magasins à chaîne**
- D-8 Chaînes de marchands associés**

ANALYSE DES OPÉRATIONS D'ENCANS — 1965

ESTIMÉS (Voir note 1)

	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Moyenne pondérée
Nombre de soirées en opération par semaine	1	1	1	2	1	1	2	1		
Chiffres de ventes estimatifs des animaux transigés	\$1,400,000	4,000,000	2,000,000	2,000,000	500,000	500,000	3,600,000	1,250,000	15,250,000	
INDICES FINANCIERS										
Revenu	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	433,000	100.0%
Dépenses :										
Salaires et gages	47.6	50.0	50.0	40.0	40.0	44.4	37.2	33.3	190,000	44.0%
Autres dépenses d'opération	38.1	33.3	33.3	40.0	40.0	37.0	52.8	33.3	169,100	39.0%
Profit net avant impôts	14.3	16.7	16.7	20.0	20.0	18.6	10.0	33.4	73,600	17.0%

Note 1 Etant donné que sept des huit propriétaires d'encans n'ont pu nous fournir des états financiers ou registres comptables quant aux opérations des encans prises séparément, nous avons estimé des chiffres, des revenus et profits en se basant sur les informations reçues à la suite de longues discussions avec les propriétaires. Dans la plupart des cas, les informations reçues incluaient le chiffre des ventes, les taux de commission, le nombre d'employés et les dépenses d'opération encourues.

ANNEXE D-3

ANALYSES DES RÉSULTATS FINANCIERS DES MARCHÉS À BESTIAUX

Période de 12 mois se terminant le 31 mai 1965

	Indice mixte basé sur des dollars	
REVENUS		
Frais de cour	41.2	
Nourriture	42.6	
Manutention et désinfection	7.6	
Location	6.4	
Divers	2.2	
REVENU TOTAL		100.0
DÉPENSES		
Salaires, gages et autres bénéfices	31.0	
Nourriture	30.5	
Entretien et réparations	6.1	
Services publics	1.7	
Dépenses générales, de bureau et frais de voyage	1.6	
Taxes et permis	7.4	
Assurance	0.5	
Amortissement et loyer	7.6	
DÉPENSES TOTALES		86.4
PROFIT AVANT IMPÔTS		13.6
Impôts sur le revenu		4.2
PROFIT NET		9.4

ANALYSE DES OPÉRATIONS DES AGENTS À COMMISSION
AU MARCHÉ DE L'EST — 1965

	A	B	C	D	Totaux	Moyenne
Quantité d'animaux						
— Bovins	13,747	19,494	15,609	9,888	58,738	42.7 %
— Veaux	13,927	20,610	8,193	18,879	61,619	45.0 %
— Agneaux	438	2,949	1,088	1,049	5,524	4.1 %
— Porcs	1,428	4,989	103	4,826	11,338	8.2 %
TOTAL	29,532	48,042	24,993	34,642	137,219	100 %
% du total des animaux transigés	21.5 %	35.0 %	18.5 %	25.0 %	100 %	
Sources d'approvisionnement						
— Commerçants-camionneurs	60 %	40 %	90 %	25 %		50 %
— Producteurs ou éleveurs	40 %	60 %	10 %	25 %		38 %
— Coopératives	—	—	—	50 %		12 %
INDICES FINANCIERS						
Revenu total	100 %	100 %	100 %	100 %	\$153,300	100 %
Dépenses:						
Salaires et gages	38.5 %	47.4 %	42.2 %	96.9 %	\$ 83,100	54.2 %
Loyer	2.0 %	1.1 %	0.9 %	5.5 %	\$ 3,200	2.1 %
Autres	30.6 %	28.1 %	27.2 %	13.9 %	\$ 39,300	25.6 %
Profit net (Perte nette) avant impôts sur le revenu	28.9 %	23.4 %	29.7 %	(16.3 %)	\$ 27,700	18.1 %

ANNEXE D-5

CHARCUTIERS - GROSSISTES

Rapports entre coûts et profits — 1965

	A	B	C	Moyenne pondérée
Coût de la viande achetée	83.80	95.59	60.09	82.48
Salaires et gages	8.42	2.34	17.49	7.98
Autres dépenses	5.95	1.73	14.56	6.47
Impôts et taxes	0.43	0.15	5.15	1.93
Profit net d'exploitation	1.40	0.19	2.71	1.14
Ventes nettes	100.00	100.00	100.00	\$27,365,500

ANNEXE D-6

ABATTAGE ET APPRÊTAGE DE LA VOLAILLE

Rapports entre coûts et profits — 1965

	A	B	C	D	Moyenne pondérée
Coût des sujets	83.47	2.04	1.77	3.08	2.57
Salaires et gages	8.16	6.43	9.57	5.76	6.22
Autres dépenses	9.89	8.39	10.36	7.78	8.15
Impôts sur le revenu	.06	.06	—	2.23	1.73
Profit net d'exploitation (1.58)		2.04	1.77	3.08	2.57
Ventes nettes	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ANNEXE D-7

MAGASINS À CHAÎNE *Rapports entre coûts et profits — 1965*

	A	B	C	Moyenne pondérée
Coût des marchandises vendues	78.26	76.51	79.25	77.54
Salaires et avantages marginaux aux employés	10.47	11.11	8.36	10.70
Publicité, « aide-à-la-vente » et timbres-primés	1.50	1.67	2.11	1.59
Autres dépenses	5.56	6.76	8.59	6.12
Impôts sur le revenu	2.14	2.07	0.78	2.08
Profit net	2.07	1.88	0.91	1.97
Ventes nettes	100.00	100.00	100.00	100.00

ANNEXE D-8

CHAÎNES IMPORTANTES DE MARCHANDS ASSOCIÉS

Rapports estimatifs entre coûts et profits — sur une base consolidée grossistes et détaillants — 1965

	A	B	C	Moyenne pondérée
Coût des ventes	80.5	81.5	80.7	80.8
Salaires et avantages marginaux — vente au détail	8.5	8.0	7.6	8.1
Publicité, « aide-à-la-vente » et timbres-primés	1.1	0.8	2.0	1.3
Autres dépenses — vente au détail	6.2	5.6	5.3	5.8
Profit net, avant déduction des impôts				
— Grossistes	1.3	0.9	0.1	0.9
— Détaillants	2.4	3.2	4.3	3.1
Ventes nettes au détail	100.0	100.0	100.0	100.0

ANNEXE E

Comparaison des rendements en profits

COMPARAISON DES RENDEMENTS EN PROFITS

ANNEXE E

(Classifiés suivant les bénéfices de 1965-66)

Compagnie	Milliers de dollars			Profits nets exprimés en % de:	
	Profits nets ²	Ventes totales	Equité ³	Ventes totales	Equité
Enquête annuelle de C.M.A. ¹	657,237	13,424,586	6,555,779	4.90	10.03
Loblaw Groceries Co. Ltd.	16,010	580,390	118,242	2.76	13.54
Dominion Stores Ltd.	10,656	513,657	66,949	2.07	15.92
Canada Safeway Ltd.	10,274	400,866	63,710	2.56	16.13
Canada Packers Ltd.	8,521	698,220	85,597	1.22	9.95
Steinberg's Ltd.	7,135	218,390	N.D.	2.34	N.D.
The Great A & P Tea Co. Ltd.	5,110	379,097	64,444	1.88	11.07
General Foods Ltd.	4,800	87,600	N.D.	5.48	N.D.
Procter & Gamble Co. of Canada Ltd.	3,055	87,500	23,326	3.49	13.10
Canadian Cannery Ltd.	2,156	50,568	29,500	4.26	7.30
Lever Brothers Ltd.	2,072	59,526	22,295	3.48	9.29
Swift Canadian Co. Ltd.	1,932	235,225	31,551	0.82	6.12
Colgate-Palmolive Ltd.	1,078	N.D.	15,009	N.D.	7.18
Western Grocers Ltd.	784	80,036	N.D.	0.98	N.D.
Shop & Save (1957) Ltd.	716	49,500	6,245	1.45	11.47
Burns Foods Ltd.	627	200,056	25,356	0.31	2.47
Green Giant of Canada Ltd.	334	10,601	N.D.	3.15	N.D.
Gerber Products of Canada Ltd.	94 ⁴	5,917	2,383	1.59	3.94

1. Basé sur l'enquête annuelle de 1965 par la Canadian Manufacturers' Association — totaux pour 909 compagnies s'étant rapportées.

2. Incluant revenus sur: placements, vente d'actifs immobilisés, etc.

3. Part des actions, i.e., la valeur appartenant aux propriétaires (actionnaires) de l'entreprise.

4. Profits avant impôt sur revenu.

N.D.: Non disponible.

TABLE DES MATIÈRES

	Pages
<i>Résumé des constatations</i>	7

CHAPITRE I

LA MISE EN MARCHÉ DES ANIMAUX VIVANTS DU QUÉBEC

1. <i>Envergure du marché</i>	11
—Modes de mise en marché	14
—Facteurs déterminant les prix	17
—Prix du boeuf, mouton, agneau porc et veau	17
—La situation du producteur	18
—La situation de l'acheteur	19
—Prix des volailles	22
—Effet de la subvention au transport	23
—Evaluation des méthodes de mise en marché des animaux vivants, présentement en usage	23
—Description et évaluation de certains autres systèmes de mise au marché	24
1. Organismes de mise en marché du porc	24
2. Organismes de mise en marché de la volaille	25
<i>Conclusions:</i>	26
1. Office de mise en marché du porc	26
2. Office de mise en marché des volailles	27
3. Office de mise en marché du boeuf, du veau, de l'agneau et du mouton	30

CHAPITRE II

LES MOYENS DE MISE EN MARCHÉ DU PRODUCTEUR AUX SALAISONS

1. <i>Fonctionnement des encans</i>	31
—Rôle joué par les encans	32
—Frais encourus et profits réalisés par les encans	33
—Evaluation et conclusions	34
2. <i>Fonctionnement des marchés à bestiaux</i>	36
—Organisation	36
—Rôle joué par les marchés à bestiaux	36
—Frais encourus et profits réalisés par les marchés à bestiaux	37
—Evaluation et conclusions	37
3. <i>Agents à commission</i>	39
—Généralités	39
—Rôle que jouent les agents à commission	39
—Frais encourus et profits réalisés par les agents	39
4. <i>Commerçants-camionneurs, transporteurs et acheteurs à commission</i>	40
Généralités	40
—Le rôle que jouent les commerçants-camionneurs, transporteurs et acheteurs à commission	40
—Frais encourus et profits réalisés	40
—Par les commerçants-camionneurs	41
—Par les transporteurs	41
—Par les acheteurs à commission	41
—Evaluation et conclusions	42

CHAPITRE III

L'INDUSTRIE DE L'ABATTAGE ET DE L'APPRÊTAGE DES BESTIAUX

1. Salaisons inspectées par le gouvernement fédéral	44
---	----

2. Abattoirs sous inspection provinciale	46
3. Abattoirs régionaux non certifiés	46
—Profits réalisés	46
—L'apprêtage	51
—Les sous-produits de l'abattage et de l'apprêtage	52
—Frais encourus et profits réalisés	53
—Evaluation et conclusions	54
—Le contrôle des approvisionnements	55
—L'excédent de capacité de production	55
—Faible pouvoir de marchandage	56
—Problèmes de modernisation	57
—Insuffisance de la recherche	57

CHAPITRE IV

L'ABATTAGE ET L'APPRÊTAGE DE LA VOLAILLE

<i>Les abattoirs de volailles</i>	59
1. Localisation et fonctionnement	59
2. Capacité de production et rendement	60
—Frais encourus et profits réalisés	61
—Intégration et financement	61
—Evaluation et conclusions	62

CHAPITRE V

LE MARCHÉ EN GROS DE LA VIANDE ET DE LA VOLAILLE AU QUÉBEC

1. Nature du marché en gros	65
2. Détermination des prix	65
—La position du vendeur	66
—La position de l'acheteur	67
3. Comparaisons entre les prix du gros	68
4. Evaluation et conclusions	68

CHAPITRE VI

LE COMMERCE DE DÉTAIL

1. Structure du marché de détail	71
2. Nature du marché de détail	73
—Magasins à chaîne	73
—Chaînes de marchands associés	74
—Détaillants indépendants	74
—Prix de détail	74
—Comparaisons entre les prix de détail	75
—Méthodes de commercialisation	76
—Autres aspects de la commercialisation des aliments	78
3. Coûts encourus et profits réalisés	78
—Magasins à chaîne	78
—Chaînes de marchands associés	81
—Détaillants indépendants	84
<i>Conclusions</i>	86
<i>Recommandations</i>	87
—Mise en marché du porc	87
—Mise en marché du boeuf, du veau, de l'agneau et du mouton	87
—Mise en marché de la volaille	88
—Les encans	88
—Les transporteurs	88
—Industrie de l'abattage	88
—Statistiques	89
—Recherche	89
Liste des annexes	91
—Annexe A	93
—Annexe B	99
—Annexe C	105
—Annexe D	117
—Annexe E	123
Liste des tableaux	129

LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau</i>	<i>Page</i>
1 Marché de la viande et de la volaille au Québec - 1965	12
2 Quantité moyenne de viande achetée per capita, chaque semaine	13
3 Surplus et insuffisance de viandes, Québec - 1965	13
4 Canaux de la mise en marché des bestiaux	15
5 Répartition des bestiaux selon le lieu d'abattage	16
6 Analyse des ventes aux encans - 1965	32
7 Taux de commission des encans - 1966	33
8 Ventes aux marchés à bestiaux - 1965	35
9 Frais imposés par les marchés à bestiaux (en vigueur en 1966)	38
10 Echelle des taux en cours, en 1966, pour les agents à commission aux marchés à bestiaux	39
11 Répartition de l'abattage du porc au Québec - 1966	44
12 Abattoirs régionaux sous inspection provinciale — rapports entre coûts et profits - 1965	48
13 Salaisons sous inspection fédérale — rapports estimatifs entre coûts et profits - 1965	49
14 Taux de rendement des salaisons aux Etats-Unis - 1961-1965 ..	50
15 Rapports financiers pour l'ensemble des sociétés manufac- turières aux Etats-Unis, par genre d'industrie - 1965	51
16 Coût de l'emballage pour vente au détail	54
17 Marché de la volaille au Canada - 1961	60
18 Canaux de distribution en gros au Québec — viandes produites au Québec - 1965	66
19 Canaux de distribution en gros de la volaille au Québec - 1965	66
20 Ventes des magasins d'épicerie et des magasins combinés au Québec - 1965	71
21 Ventes des magasins d'épicerie et des magasins combinés pour tout le Canada - 1965	71
22 Estimations des ventes au détail de viande et de volaille — Province de Québec - 1965	72
23 Répartition estimative des ventes des magasins à chaîne du Québec - 1965	79
24 Division de la viande de Dominion Stores Ltd. Analyse des marges de bénéfice et des pertes, août - 1965	81