



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

44<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION

---

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

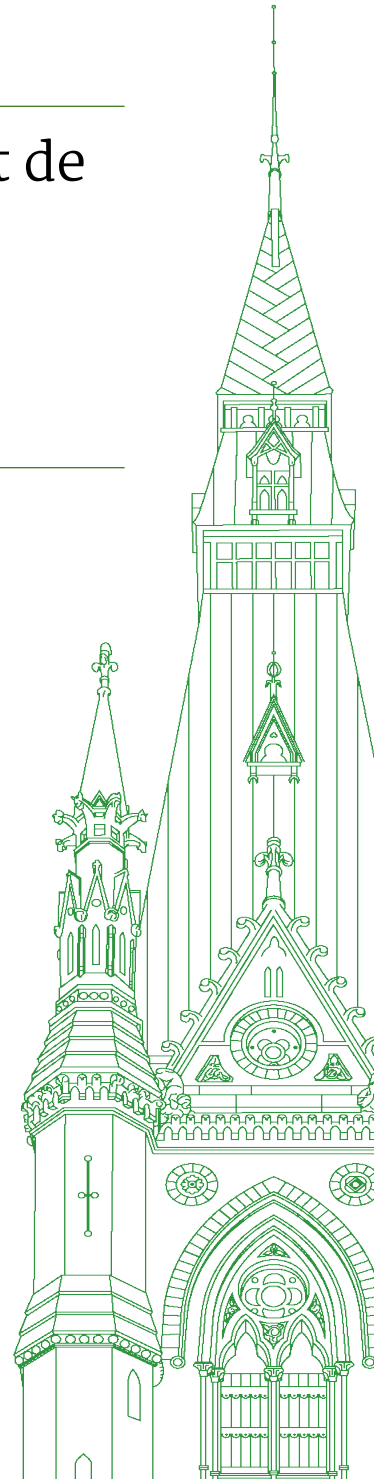
TÉMOIGNAGES

**NUMÉRO 047**

Le lundi 6 février 2023

---

Président : M. Kody Blois





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

Le lundi 6 février 2023

• (1830)

[Français]

**Le président (M. Kody Blois (Kings—Hants, Lib.)):** Je déclare la séance ouverte.

Bienvenue à la quarante-septième réunion du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire.

Je vais commencer par quelques rappels.

La réunion d'aujourd'hui se déroule sous forme hybride. Les délibérations sont diffusées sur le site Web de la Chambre des communes. À titre d'information, la diffusion Web montrera toujours la personne qui parle, plutôt que l'ensemble du Comité.

Les captures d'écran ou la prise de photos de votre écran ne sont pas autorisées.

[Traduction]

Évidemment, les témoins qui se joignent à nous en ligne peuvent basculer entre l'anglais et le français. Vous verrez cela au bas de votre écran. Quant à M. Thibault, qui est ici en personne, il aura nos services d'interprétation.

Je remercie les interprètes pour leur travail.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le mercredi 5 octobre 2022, le Comité reprend son étude sur l'inflation dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Nous avons entamé cette étude avant Noël, chers collègues, et nous sommes heureux de reprendre ce sujet.

Je souhaite la bienvenue à nos témoins du premier groupe. De la Fédération canadienne des épiciers indépendants, nous accueillons M. Gary Sands, vice-président principal. Monsieur Sands, vous vous joignez à nous en ligne. Bienvenue.

De Metro inc., nous accueillons M. François Thibault, vice-président exécutif, chef de la direction financière et trésorier. Merci, monsieur Thibault, d'être venu en personne aujourd'hui.

De Save-On-Foods, nous accueillons M. Paul Cope, vice-président principal, Vente au détail. Je sais que nous avons éprouvé des difficultés techniques, mais je crois que le problème est réglé et que tout va bien maintenant.

Monsieur Lehoux, à vous la parole.

[Français]

**M. Richard Lehoux (Beauce, PCC):** Merci, monsieur le président.

La lettre dont nous avons discuté la semaine dernière va-t-elle être diffusée sur le site du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire?

[Traduction]

**Le président:** Parlez-vous du Décret de remise visant des marchandises de l'Ukraine?

**M. Richard Lehoux:** Oui.

**Le président:** Nous n'y mentionnons pas d'allocation ou de demande précise, mais la lettre a été envoyée à la ministre. Je ne veux pas empiéter sur le temps du Comité pour l'instant, mais si vous le souhaitez, nous pourrions en discuter à la fin, ou s'il y a consensus maintenant, nous pouvons régler cela rapidement. Je ne veux pas gaspiller le temps de nos témoins. Il n'y a pas eu de demande précise à ce sujet, mais si le Comité le souhaite, nous pourrions le faire.

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Merci, monsieur le président.

Avez-vous reçu une réponse du ministre de l'Immigration, des Réfugiés et de la Citoyenneté?

[Traduction]

**Le président:** Nous avons envoyé l'invitation et nous établissons maintenant le calendrier. Nous ferons le point lorsque nous reprendrons les travaux du Comité, mais comme nos témoins sont présents, j'aimerais poursuivre notre étude.

Rapidement, pour répondre à la question de M. Lehoux au sujet de cette lettre, aurions-nous une majorité des membres du Comité acceptant que nous la publiions dans le site Web?

**M. Francis Drouin (Glengarry—Prescott—Russell, Lib.):** Monsieur le président, avons-nous une motion? Pouvons-nous entendre les témoins et peut-être en discuter à la fin si nous avons le temps?

**Le président:** Discutons-en plus tard. Merci d'avoir soulevé cette question, monsieur Lehoux.

Je vais d'abord donner la parole à M. Sands.

Vous avez cinq minutes. Allez-y.

**M. Gary Sands (vice-président principal, Fédération canadienne des épiciers indépendants):** Merci.

Bonsoir. Je m'appelle Gary Sands. Je suis vice-président principal de la Fédération canadienne des épiciers indépendants, comme le président l'a indiqué.

Je remercie la Fédération de nous avoir invités à présenter nos points de vue sur la question que le Comité examine, l'inflation dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Je vais évidemment répéter certaines des observations que d'autres ont présentées au Comité, mais je suis heureux que l'on sollicite le point de vue des épiciers indépendants.

Il y a environ 6 900 épiciers indépendants au Canada, et la taille de leurs entreprises varie. Certaines sont grandes, d'autres moyennes et d'autres encore ne se composent que d'un magasin. Bon nombre de ces épiciers indépendants sont également situés dans des collectivités semi-rurales, rurales et éloignées, où ils sont probablement la seule épicerie de la collectivité. Les questions d'approvisionnement équitable et d'abordabilité dans ces régions sont étroitement liées à la sécurité alimentaire de ces collectivités.

En outre, nos membres entretiennent une sorte de relation symbiotique avec les collectivités qu'ils servent. Autrement dit, ils vivent dans la collectivité, embauchent des travailleurs locaux, achètent des produits locaux et appuient les activités et les causes communautaires locales. Ce lien est la raison pour laquelle ils constituent une partie si importante de la mosaïque qui compose notre pays et qui contient une myriade de communautés diverses.

Naturellement, les détaillants indépendants sont extrêmement sensibles aux préoccupations de leurs clients en matière d'abordabilité. Ces clients sont bien souvent leurs amis et leurs voisins. Ils sont donc très malheureux que l'on accuse l'industrie de profiter de la situation en s'adonnant à la « cupidiflation ». En fait, dans son étude réalisée en août dernier, le laboratoire agroalimentaire de l'Université Dalhousie soulignait que si le phénomène de « cupidiflation » existe vraiment, les données disponibles donnent à penser que les épiciers n'en sont pas responsables.

Je tiens à souligner que même si je suis ici pour représenter les épiciers indépendants, nous reconnaissons parfaitement que tout le monde souffre des pressions sur les coûts et des difficultés auxquelles fait face l'industrie alimentaire. Il n'y a pas de méchants dans cette situation. La faute ne revient ni aux épiciers au détail ni aux fournisseurs. Lorsqu'un épicier indépendant reçoit des avis d'augmentation de prix de tous ses fournisseurs, qui sont le plus souvent à deux chiffres, et que ses marges sont de 2 à 3 %, je ne sais pas quel modèle d'affaires il peut utiliser. Il ne peut pas s'empêcher de refiler ces coûts à ses consommateurs.

Tous les membres de l'industrie ont parlé des problèmes qui nous ont frappés ces dernières années. Les répercussions les plus graves provenaient des inondations catastrophiques en Colombie-Britannique, des mauvaises conditions météorologiques dans l'Ouest canadien. Il y a aussi eu un virus et de la sécheresse en Californie, la guerre en Ukraine qui n'en finit pas, la circulation perturbée dans les ports, sur les chemins de fer et aux frontières. Ces graves répercussions proviennent aussi des augmentations importantes des coûts des carburants et du transport, qui sont plus élevées dans les collectivités rurales et éloignées, ainsi que de l'augmentation des coûts des intrants dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Comme je l'ai dit à quelques reprises, si quelqu'un disait à mes membres que les quatre cavaliers de l'Apocalypse travaillent maintenant dans différents secteurs de l'industrie alimentaire, ils n'en seraient pas surpris. Nos problèmes ne découlent pas vraiment de ce qui est arrivé à l'industrie, mais de ce qui ne s'est pas produit.

Je tiens aussi à souligner au Comité qu'au cours de ces trois dernières années, nous avons assisté à une migration massive de l'argent comptant vers les transactions par carte de crédit. Cela se traduit par une augmentation massive des frais d'interchange que les entreprises doivent payer aux banques et aux sociétés de cartes de crédit. On estime qu'ils s'élèvent actuellement à environ 10 milliards de dollars par année. Ces frais ont eux aussi une incidence disproportionnée sur un secteur à faible marge comme les épiceries

de détail, en particulier les épiciers indépendants, qui paient des frais plus élevés que les grandes entreprises. Ces frais ont une incidence sur l'abordabilité des aliments. J'exhorte le gouvernement à envisager de réduire les frais d'interchange pour tous les épiciers que les clients paient avec leurs cartes de crédit.

Je vous dirai en conclusion que l'industrie alimentaire tient à trouver tous les moyens qu'elle pourra afin de mieux servir les Canadiens. Nous prenons cela très au sérieux.

Notre industrie est interdépendante et interconnectée. La sécurité alimentaire et l'abordabilité sont au cœur des préoccupations des Canadiens. C'est pourquoi l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement se concentre beaucoup sur l'inflation et sur l'abordabilité. Nous tenons à contribuer à la résolution de ce problème, et c'est pourquoi nous élaborons un code de conduite pour notre industrie. Je siège au comité directeur, et je puis vous assurer que cette initiative va bon train.

Je crois que mon temps est écoulé, monsieur le président. Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions lorsque les autres témoins auront fait leur présentation.

Merci.

• (1835)

**Le président:** Merci, monsieur Sands.

[Français]

Monsieur Thibault, vous avez la parole pour cinq minutes.

**M. François Thibault (vice-président exécutif, chef de la direction financière et trésorier, Metro inc.):** Monsieur le président, membres du Comité, bonjour.

Aujourd'hui, je vais discuter des pressions inflationnistes croissantes qui ont une incidence sur la chaîne d'approvisionnement et le prix des aliments.

Il ne fait aucun doute que les prix des aliments ont augmenté en raison de la hausse des coûts des fournisseurs et des producteurs. Toutefois, il est important de garder à l'esprit que nos prix de détail ne reflètent pas tous les effets de l'inflation, car nous absorbons une partie de ces coûts.

[Traduction]

Comme un récent rapport de Statistique Canada l'a confirmé, la pandémie de la COVID-19, la guerre en Ukraine, les conditions météorologiques défavorables, la hausse mondiale des prix des intrants comme les engrais et le gaz naturel, l'instabilité géopolitique, l'augmentation des coûts et des délais de transport, la hausse des prix des emballages, les pénuries de main-d'œuvre et la hausse des coûts de la main-d'œuvre, tous ces facteurs contribuent à l'augmentation des prix.

Comme les experts de l'industrie l'ont souligné, le principal moteur de la hausse des prix des aliments dans les épiceries est le fait que tous les fabricants, les transformateurs et les grossistes ne cessent d'augmenter leurs prix parce que leurs coûts à eux ne cessent d'augmenter. Je ne reproche rien aux vendeurs, je me contente d'exposer les faits.

En 2022, la société Metro inc. a subi plus de 27 000 augmentations de prix de ses fournisseurs de produits d'épicerie sèche seulement, soit le triple de sa moyenne annuelle. Une part de ces augmentations se retrouve dans les factures d'épicerie et dans le coût des denrées quotidiennes des Canadiens.

Notre secteur continue de subir des pressions inflationnistes plus élevées que la normale, et les équipes de toutes nos bannières travaillent fort pour offrir des produits de qualité à des prix concurrentiels.

• (1840)

[Français]

Nos revenus ont augmenté, mais nos dépenses aussi. Ce qui n'a pas changé, c'est notre engagement à offrir de la valeur à nos clients. Ce qui n'a pas changé non plus, ce sont nos marges bénéficiaires, qui sont restées stables pendant de nombreuses années.

[Traduction]

Nous prenons très au sérieux notre responsabilité de répondre aux besoins des collectivités que nous servons dans les domaines de la nutrition et de la santé. Metro est une entreprise et une société ouverte. Nous rivalisons avec nos concurrents pour attirer des clients. Nous rivalisons avec nos concurrents pour attirer des talents et des capitaux dans un marché ouvert.

J'espère qu'aujourd'hui, nous tiendrons une discussion honnête sur les causes profondes de l'inflation des prix des aliments et sur la façon dont tous les intervenants peuvent collaborer avec l'industrie pour réduire les problèmes d'approvisionnement.

Nous savons que les familles canadiennes sont aux prises avec une hausse du prix des aliments. Notre équipe travaille sans relâche pour offrir la meilleure valeur possible dans l'ensemble de nos bannières en affichant des prix concurrentiels, en maintenant une gamme complète de produits individuellement étiquetés et en offrant chaque semaine des promotions efficaces.

[Français]

L'ensemble de nos bannières du Québec et de l'Ontario offrent des produits à des prix très compétitifs aux consommateurs soucieux des coûts et de la qualité. Nous sommes très fiers du fait que le magazine québécois *Protégez-Vous* ait constaté que Super C offre aux clients le meilleur rapport qualité-prix à l'échelle de la province.

[Traduction]

Nous nous concentrons avant tout sur le soutien des collectivités dans lesquelles nous vivons et travaillons afin d'aider les personnes les plus vulnérables qui en ont le plus besoin.

[Français]

En 2022, Metro est fier d'avoir remis aux banques alimentaires du Québec et de l'Ontario 50 millions de dollars en denrées alimentaires, soit l'équivalent de 4,5 millions de kilogrammes de nourriture ou de 9 millions de repas. À cela s'ajoute une contribution financière de 5,5 millions de dollars à différentes causes.

De plus, grâce à la participation de nos réseaux de magasins et de pharmacies, à la générosité de nos clients et au travail acharné des employés de Metro, 6,8 millions de dollars ont été collectés au profit de diverses causes en 2022, notamment pour aider le peuple ukrainien, la Croix-Rouge et Centraide.

[Traduction]

Je conclurai en affirmant que le langage incendiaire avec lequel les médias décrivent l'industrie de l'alimentation depuis quelques mois est faux et improductif. Il est tout simplement faux de dire que des épiciers comme Metro font grimper le prix des aliments ou

qu'ils en profitent pour gonfler leurs marges de profit. Tous les experts affirment que les causes de l'inflation des prix alimentaires échappent au contrôle des épiciers. Les cibles de croissance de Metro, que nous divulguons au public, sont demeurées les mêmes. Comme je l'ai dit, nos marges de profit demeurent stables depuis de nombreuses années, et nous n'avons pas transmis tous les effets de l'inflation aux clients, car nous avons absorbé une partie de l'augmentation.

J'espère qu'en cherchant des moyens de s'attaquer à la hausse du coût des aliments, le Comité collaborera avec tous les intervenants de la chaîne d'approvisionnement.

Merci.

[Français]

**Le président:** Merci, monsieur Thibault.

Monsieur Cope, vous avez maintenant la parole pour cinq minutes.

[Traduction]

**M. Paul Cope (vice-président principal, Opérations de vente au détail, Save-On-Foods LP):** Bonsoir, monsieur le président et membres du Comité.

Je m'appelle Paul Cope. Je suis le vice-président principal des opérations de vente au détail de Save-On-Foods et je fais partie de l'équipe de la haute direction du Pattison Food Group.

Depuis sa création à New Westminster, en Colombie-Britannique, en 1915, notre entreprise est l'un des plus grands employeurs privés de l'Ouest canadien. Grâce au soutien des 30 000 membres de notre équipe, nous répondons fièrement aux besoins des Canadiens de l'Ouest jusqu'à Winnipeg vers l'est, à Whitehorse au nord et à tout l'ouest de l'île de Vancouver. Notre marque principale et la plus connue est Save-On-Foods.

Le Pattison Food Group vend aussi ses produits dans des épiceries sous plusieurs autres bannières, qu'il conçoit spécialement pour répondre aux besoins particuliers des collectivités qu'il sert. Nos grossistes soutiennent près de 2 000 épiciers indépendants et exploitent plusieurs installations de production et de distribution alimentaires et pharmaceutiques.

Notre entreprise s'efforce d'établir des synergies pour mieux soutenir la concurrence des géants nationaux et multinationaux qui, grâce à leur taille, profitent d'économies d'échelle qui leur permettent de dominer le marché.

Nous servons chaque semaine plus de 2,3 millions de Canadiens. Nous sommes fiers d'être reconnus comme des chefs de file en matière de service à la clientèle, d'innovation et de soutien communautaire. Nos clients comptent sur notre offre constante de produits et de services sécuritaires et abordables. Nous prenons cette responsabilité très au sérieux. Notre énoncé est simple: « Le client avant tout. »

Nous nous approvisionnons d'abord auprès des producteurs locaux. Nous offrons des milliers de produits que nous achetons à plus de 2 500 cultivateurs et producteurs locaux. Même les produits que nous vendons sous notre propre marque, Western Family, nous viennent d'entreprises locales de la Colombie-Britannique.

Il est sûr que les marques nationales sont aussi essentielles à notre gamme de produits. Nous comptons sur le soutien de nos fournisseurs et de nos partenaires pour livrer les biens, les services et la valeur auxquels nos clients s'attendent, où qu'ils se trouvent.

La chaîne d'approvisionnement alimentaire est longue, et nous nous situons tout au bout dans l'Ouest du pays. La majorité de nos produits sont fabriqués dans des régions de l'Est, à plus de 4 000 kilomètres de chez nous. Nous dépensons donc chaque mois des millions de dollars de plus pour le transport. Ces dépenses s'ajoutent aux augmentations des fabricants. Ce sont des coûts énormes pour une entreprise de notre taille. À titre d'exemple, le coût du carburant a lui seul grimpé de 174 % l'an dernier. L'inflation nous inquiète profondément.

Nous sommes détaillants, alors nous faisons d'immenses efforts pour améliorer notre rentabilité, et nos fournisseurs font de même. Malheureusement, la consolidation et la tendance à confier la fabrication hors du pays produisent des résultats opposés.

L'approvisionnement est l'une de nos grandes préoccupations. De nombreux fournisseurs nous servent encore en quantités limitées, mais les niveaux ne se sont pas rétablis depuis la COVID, en tout cas pas dans l'Ouest du pays. Il suffit de se rappeler les défis auxquels nous avons fait face dans le cas du Tylenol pour enfants et du lait pour bébés.

Face à cela, nous continuons de faire tout notre possible pour maintenir les prix de détail les plus bas possible. Comme les autres épiciers, nous ne gagnons pas plus que quelques cents. Nos marges sont minces et n'augmentent pas. Nous nous attendons à ce qu'elles diminuent encore l'année prochaine. Comme la plupart des épicerie régulières, nous vendons déjà environ 40 % de nos produits au rabais chaque semaine. Ce pourcentage ne fait que grimper. Ces produits sont généralement vendus à un prix inférieur à ce qu'ils nous coûtent. Comme l'inflation monte rapidement, les consommateurs ne reconnaissent pas les avantages que nous leur procurons ainsi.

Depuis le début de la pandémie, le rythme et l'augmentation des coûts des fournisseurs se sont accrus continuellement. Depuis le début de l'année dernière, nous avons accepté près de 20 000 changements de coûts unitaires de nos fournisseurs. Il s'agit d'une hausse de 200 % par rapport à celle de l'année précédente, qui était déjà plus élevée que jamais à cause de la COVID. Nous avons subi presque 10 000 augmentations de coûts de produits unitaires pendant le troisième trimestre.

Oui, nous marchandons pour nous assurer que ces augmentations sont justifiées. Cependant, pour une entreprise de la taille de la nôtre, c'est une tâche énorme. Dans bien des cas, nous n'avons tout simplement pas le choix. Comme nous gagnons en moyenne à peine plus de deux cents pour chaque dollar que nous vendons, nous n'avons d'autre choix que d'ajuster les prix pour compenser ces coûts.

Si vous nous demandez si Save-on-Foods profite de l'inflation, la réponse est tout simplement non. Cependant, nous nous efforçons d'accroître la rentabilité et de réduire les coûts dans tous les domaines afin de réinvestir dans nos efforts d'abaisser les prix pour aider les gens et les collectivités ainsi que dans la croissance saine de notre entreprise.

Nous demandons au gouvernement fédéral de travailler en partenariat avec l'industrie pour l'aider à régler ces problèmes. Il est cruc-

cial qu'en cherchant des solutions, nous ne créions pas de coûts inutiles qui finiraient par être refilés aux consommateurs.

Merci. Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions.

• (1845)

**Le président:** Chers collègues, nous allons maintenant passer aux questions. Nous commençons par les conservateurs.

Madame Rood, je crois que c'est vous qui allez commencer. Vous avez six minutes. A vous la parole.

**Mme Lianne Rood (Lambton—Kent—Middlesex, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être venus aujourd'hui et de participer à cette étude très importante sur le coût élevé des aliments et sur l'inflation des prix des aliments.

En décembre dernier, des témoins nous ont dit que 44 % des producteurs de fruits et légumes frais vendaient leurs produits à perte. J'en viens donc à me poser la question suivante: pendant combien de temps les familles d'agriculteurs peuvent-elles rester en affaires alors qu'elles vendent à perte à de grandes épiceries qui affichent constamment de gros profits?

Ma première question s'adresse à vous, monsieur Thibault. Merci d'être avec nous aujourd'hui.

Lorsque vous commandez des fruits et légumes frais aux cultivateurs avec lesquels vous faites affaire — ils sont vos fournisseurs et ils livrent les denrées à votre entrepôt centralisé —, leur imposez-vous des frais supplémentaires pour décharger du camion les denrées que vous avez commandées et qu'ils vous livrent?

**M. François Thibault:** Les frais que nous imposons sont négociés et transparents. Je pense bien que pendant la pandémie, nous avons été très raisonnables à cet égard.

Nous favorisons les achats locaux. Ils constituent une grande partie de nos ventes, surtout l'été. Nous appliquons une politique d'approvisionnement local depuis 2013 au Québec et depuis 2016 en Ontario. Nous assumons aussi notre responsabilité sociale d'entreprise en accroissant notre relation avec les fournisseurs...

• (1850)

**Mme Lianne Rood:** Pardonnez-moi de vous interrompre, mais je n'ai que six minutes. La réponse est donc oui, vous facturez des frais aux cultivateurs lorsque vos employés déchargent leurs denrées dans votre entrepôt.

**M. François Thibault:** Je ne suis pas au courant des détails. Je ne connais pas les frais exacts. Je sais seulement que nous nous efforçons de négocier avec transparence tous les frais que nous imposons aux fournisseurs.

**Mme Lianne Rood:** Excellent. Eh bien, je vais répondre à cette question en citant les agriculteurs à qui j'ai parlé: oui, ils vous paient des frais supplémentaires.

Je passe à la question suivante.

Nous avons entendu dire que les épiceries imposent d'autres frais aux agriculteurs, alors je voulais vous le demander. Il y a ce qu'on appelle la facturation à l'utilisateur. Nous entendons dire que vous facturez cela aux agriculteurs, ou ce que l'on appellerait une remise, qui correspond à un pourcentage des ventes totales, simplement pour qu'ils aient le privilège de vous vendre les aliments que vous déposez sur les tablettes de vos magasins.

Je me demande si c'est une pratique à laquelle votre entreprise a recours.

**M. François Thibault:** Non. En fait, nous avons un mécanisme d'établissement des prix très transparent avec les fournisseurs locaux. Nous avons une plateforme de transactions en ligne par laquelle nous publions les quantités que nous recherchons...

**Mme Lianne Rood:** Vous n'avez donc pas de programme de facturation à l'utilisateur, ou de remise, que vous négociez avec les agriculteurs.

**M. François Thibault:** En ce qui concerne les frais que nous négocions, je n'ai pas d'exemple précis à vous donner, mais vous assure que les prix que nous négocions avec les fournisseurs sont très transparents. Ils soumissionnent sur notre plateforme Web pour ce qu'ils veulent nous vendre...

**Mme Lianne Rood:** D'accord. Eh bien, encore une fois, j'ai reçu ces renseignements d'agriculteurs qui me disent qu'ils participent à des programmes de remise. Je peux vous dire d'expérience, parce que ma famille a traité avec de grandes épiceries, qu'il y a ce qu'on appelle un programme de remise, en vertu duquel vous facturez un pourcentage. Si vous n'êtes pas au courant de cela, vous devriez peut-être faire une petite enquête, car j'aimerais vraiment savoir où cela figure dans les états financiers de votre entreprise.

Je passe à ma prochaine question. Facturez-vous aux producteurs un paiement forfaitaire annuel pour qu'ils aient le privilège de faire affaire avec votre entreprise?

**M. François Thibault:** Dans certains cas, nous négocions un paiement forfaitaire avec les fournisseurs. Lorsqu'ils font des promotions avec nous, il peut s'agir d'un montant forfaitaire, d'un montant tactique ou d'une part des revenus ou des achats. Ce sont des frais de transaction que nous négocions avec les fournisseurs qui joignent leurs produits à nos promotions ou à nos campagnes.

**Mme Lianne Rood:** Vous facturez donc aux agriculteurs un montant forfaitaire, parfois de l'ordre de dizaines de milliers ou de centaines de milliers de dollars pour qu'ils puissent vous vendre leurs produits.

**M. François Thibault:** En général, en discutant avec les fournisseurs...

**Mme Lianne Rood:** Je parle des agriculteurs et des cultivateurs en particulier.

**M. François Thibault:** Comme je l'ai dit, s'il y a des frais, nous les négocions de façon transparente. Je ne peux pas faire de commentaire sur votre exemple particulier. La société Metro tient à appliquer un mécanisme de négociation transparent. Comme je l'ai dit, nous négocions de bonne foi et avec transparence.

**Mme Lianne Rood:** D'accord. Merci.

Facturez-vous un pourcentage aux agriculteurs qui désirent être payés dans un délai de 15 jours au lieu des 45 à 90 jours habituels dans l'industrie?

**M. François Thibault:** Nous payons les fournisseurs locaux très rapidement. Nous avons pour politique de payer les fournisseurs locaux plus rapidement que dans le cadre de nos modalités de paiement normales.

**Mme Lianne Rood:** Qu'appellez-vous le plus rapidement? Quelle est la durée normale du paiement pour un cultivateur?

**M. François Thibault:** Cela varie de la négociation, mais mon équipe me dit que c'est dans les jours qui suivent. Nous tenons à payer très rapidement.

**Mme Lianne Rood:** Oh, c'est intéressant, les jours qui suivent. S'agit-il de 45 à 90 jours? Cela semble être la norme des épiceries...

**M. François Thibault:** Non, je crois...

**Mme Lianne Rood:** ... À moins qu'ils vous versent un montant forfaitaire supplémentaire pour être payés dans un délai de 15 jours.

**M. François Thibault:** Je le répète, les modalités de paiement sont négociées avec chaque fournisseur, alors je ne peux pas vous parler d'exemples particuliers. Il faut tenir compte de la négociation globale que nous effectuons avec chaque fournisseur.

**Mme Lianne Rood:** Vous et d'autres épiciers nous avez dit que vous avez vos propres marques de distributeurs. Nous savons que votre entreprise en a une. Est-ce que vous exigez de vos fournisseurs qu'ils achètent des emballages de votre marque auprès de certains fournisseurs auxquels vous versez une remise?

**M. François Thibault:** Je n'en sais rien.

**Mme Lianne Rood:** Pouvez-vous confirmer, ou savez-vous que votre entreprise exige, sans en faire une règle officielle, que les agriculteurs versent chaque année des dons de dizaines de milliers de dollars à des organismes de bienfaisance de leur choix et qu'ils achètent des billets pour certains événements, sinon vous ne cessez de faire affaire avec eux?

**M. François Thibault:** Non, je ne suis pas au courant de cela.

**Mme Lianne Rood:** Des agriculteurs me l'ont dit, et cela m'inquiète profondément. Quand je vois des épiceries facturer des frais supplémentaires aux cultivateurs et faire des économies de bout de chandelle à leur détriment, qu'il s'agisse de votre entreprise ou d'autres, monsieur, je m'inquiète beaucoup pour notre sécurité alimentaire et pour l'avenir de notre souveraineté alimentaire.

Si nous n'avons plus d'agriculteurs qui cultivent des fruits et légumes au Canada pour approvisionner les Canadiens en produits sains et salubres, où trouverons-nous ces aliments? Allons-nous compter sur les importations d'autres pays sans savoir ce que leurs denrées contiennent?

● (1855)

**Le président:** Madame Rood, nous allons devoir en rester là. Vos six minutes sont écoulées, mais je vous remercie pour vos questions.

Merci, monsieur Thibault.

Madame Valdez, vous avez six minutes.

**Mme Rechie Valdez (Mississauga—Streetsville, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Bienvenue aux témoins qui comparaissent devant notre comité.

Je vais établir le contexte, et mes premières questions s'adressent à la fois à M. Thibault et à M. Cope.

Nous avons appris dans le *Rapport annuel sur les prix alimentaires 2022* que « les ménages à faible revenu consacrent une plus grande proportion de leur budget à des besoins fondamentaux comme le logement et la nourriture et auront plus de mal à maintenir leur qualité de vie actuelle en raison de la hausse des coûts ».

Je voudrais savoir comment les ménages à faible revenu adaptent leurs habitudes de consommation lorsque les prix des aliments augmentent.

Allez-y, monsieur Thibault.

**M. François Thibault:** Nous savons et reconnaissons à quel point la hausse des prix des aliments rend la vie difficile aux Canadiens, et notre équipe travaille sans relâche pour s'assurer que nous offrons un bon rapport qualité-prix aux consommateurs. Avec notre marque de distributeur, nos bannières de rabais et nos promotions hebdomadaires sur des milliers de produits, nous nous efforçons d'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible aux clients en cette période difficile.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

Monsieur Cope, allez-y.

**M. Paul Cope:** Je vous remercie pour cette question.

Comme le dit mon collègue de Metro, nous nous efforçons chaque jour d'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible sur les marchés. Cela varie, parce que les collectivités que nous servons se situent un peu partout dans l'Ouest du Canada. Nous adaptons nos services de manière à ce qu'ils soient un peu différents tout au long de l'année afin d'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible à nos collectivités.

De plus, nous participons activement au soutien de ces collectivités, parce que les familles à faible revenu traversent une période difficile. Nous collaborons activement avec tous les groupes et les organismes qui s'efforcent de les aider. Toutefois, ce n'est pas notre seule approche. Nous demeurons aussi ouverts aux solutions que les groupes et les collectivités mettent en place pour aider les gens.

Je ne pense pas qu'il y ait de solution unique, mais en ce qui concerne nos magasins, nous essayons d'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible à nos clients.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

Je peux attester que, dans Mississauga—Streetsville, bon nombre de mes électeurs ont vraiment du mal à joindre les deux bouts. J'aimerais donc savoir quelles mesures vous prenez dans vos épicerie pour veiller à ce que vos produits demeurent accessibles aux ménages à faible revenu.

**M. François Thibault:** Comme je l'ai dit, nous essayons d'offrir le meilleur rapport qualité-prix possible à nos consommateurs.

Nous appuyons les collectivités. J'ai mentionné le soutien que nous offrons par l'entremise des banques alimentaires au Québec et en Ontario, ce qui est important, à mon avis. Comme je l'ai dit, je suis convaincu que pour assumer sa responsabilité sociale, notre entreprise se doit d'appuyer les collectivités dans lesquelles elle fait des affaires. Nous soutenons les collectivités par nos promotions, nos rabais, les bonnes offres de nos bannières de rabais.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

**M. Paul Cope:** L'une de nos stratégies consiste à essayer d'offrir le plus grand nombre possible de nos produits de marque de distributeur au rabais, parce que c'est ainsi que nous pouvons offrir le meilleur rapport qualité-prix. Il faut tenir compte de toutes les catégories pour aider ces gens, qu'il s'agisse des boîtes de conserve, de papier de toilettes ou de produits laitiers. Ces produits sont tous différents. Nous devons aussi appliquer une stratégie pour offrir une bonne qualité-prix sur tous nos produits frais.

Il faut mobiliser l'ensemble du magasin pour aider les gens à économiser. L'une de nos plus grandes stratégies, comme je l'ai dit, consiste à mieux faire connaître les produits de notre marque de distributeur.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

Je vais vous citer une situation précise. La Commission canadienne du lait accorde une augmentation de 2,2 % du prix à la ferme du lait pour 2023 afin de contrer la hausse des produits alimentaires. En tenant compte des augmentations que subissent les agriculteurs, avez-vous une idée de ce que sera le prix de vos produits dans vos épicerie en 2023?

**M. François Thibault:** Je suis désolé. Je n'ai pas entendu la première partie de votre question.

**Mme Rechie Valdez:** Depuis que les cultivateurs subissent encore plus d'augmentations, avez-vous estimé les répercussions qu'elles auront sur vos prix d'épicerie en 2023?

**M. François Thibault:** Non. Il est très difficile de prédire le prix des produits frais. Il fluctue chaque jour et de semaine en semaine. Comme je l'ai dit, notre centre doit accepter beaucoup d'augmentations de prix. Cela cause un arriéré, dont nous nous occupons en ce moment. Il est toutefois très difficile de prédire le coût des produits frais.

Tout ce que je peux vous dire, c'est que 50 % ou plus de nos produits frais sont vendus dans le cadre d'une promotion, car nous essayons d'offrir les meilleurs prix possible aux Canadiens chaque semaine en faisant des promotions sur les produits frais. Nous savons que les gens recherchent des produits frais de qualité, qu'il s'agisse de fruits et légumes ou de viande. Comme je l'ai dit, nous vendons 50 % ou plus de nos produits frais sous forme de promotions.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

Monsieur Cope, avez-vous un dernier commentaire à ce sujet?

● (1900)

**M. Paul Cope:** Si vous me le permettez, je vais me concentrer sur les produits frais. Comme mon collègue l'a dit, qu'ils proviennent du Canada ou des États-Unis, les prix des produits frais sont extrêmement instables. Nous faisons face à cette volatilité, mais nous devons exiger des prix raisonnables pour les consommateurs. Nous n'augmentons pas notre marge. Le coût augmente, donc il arrive que le prix augmente aussi, mais notre marge totale n'augmente pas. Nous sommes très conscients des limites de prix que l'on peut exiger des consommateurs.

**Mme Rechie Valdez:** Monsieur Sands, vous avez mentionné quelques citations dans votre déclaration préliminaire. Vous nous avez également souligné l'augmentation à deux chiffres ainsi que la façon dont les prix se répercutent sur les détaillants.

Pouvez-vous nous dire ce que font les épiciers indépendants pour retenir ces augmentations aux détaillants?

**M. Gary Sands:** Je suppose que vous parlez de retenir ces augmentations aux consommateurs, n'est-ce pas?

**Mme Rechie Valdez:** Oui.

**M. Gary Sands:** L'épicier indépendant fait une marge de profits d'environ 2 %. Les règles du jeu ne sont pas équitables pour les épiciers indépendants. Nous nous efforçons simplement de ne pas faire faillite. Nous faisons de notre mieux pour offrir tout ce que mes autres collègues de Metro et de Save-On ont décrit.

Je vais vous donner un exemple. Vous avez parlé du prix du lait. Sauf votre respect, cela induit souvent les consommateurs comme vous en erreur.



La Commission canadienne du lait a augmenté le prix du lait de 2,2 %. Les transformateurs ont également ajouté leur augmentation qui, j'en suis sûr, est parfaitement justifiée. Je ne la leur reproche pas. Cependant, ils y ont ajouté une autre augmentation. Je sais que récemment, quelques entreprises ont augmenté leurs prix au détail de 4 à 6 %. Les consommateurs comme vous à l'épicerie pensent que le prix du lait n'aurait dû augmenter que de 2,2 %. Eh bien, ce n'est pas ce que le détaillant a payé. Le détaillant a payé plus au transformateur pour mettre ce produit sur les tablettes.

**Le président:** Nous allons devoir nous en tenir à cela.

Merci, madame Valdez et monsieur Sands.

[Français]

Monsieur Perron, vous avez la parole pour six minutes.

**M. Yves Perron (Berthier—Maskinongé, BQ):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être avec nous.

Monsieur Thibault, dans votre énoncé de départ, vous avez dit que vous n'avez pas augmenté vos marges de profit et que vous absorbez même une partie de l'augmentation des coûts.

Comment expliquez-vous que les profits dans les épiceries semblent augmenter?

**M. François Thibault:** Il est certain que nos revenus ont augmenté à cause de l'inflation, mais, pour la même raison, il en est de même pour nos dépenses. Cependant, la marge est restée stable. En fait, pour Metro, la marge relative au secteur alimentaire est en baisse parce que nous n'avons pas pu passer toutes les augmentations de coûts au consommateur, et elle a été compensée par une marge plus élevée dans le secteur de la pharmacie. C'est ce qui fait que la marge brute, comparativement à celles des dernières années, est relativement stable, variant de 19,9 % à 20 % par année. C'est ce que je voulais dire en affirmant que nous absorbons une partie des coûts.

J'ai parlé de la marge brute, mais nous enregistrons aussi une augmentation de nos dépenses d'exploitation. Je pense au transport, à l'entretien, aux fournitures, et ainsi de suite, sans oublier l'amortissement, les frais financiers et les impôts. Comme je l'ai déjà mentionné, et comme d'autres l'ont fait aussi, notre marge nette est très mince.

**M. Yves Perron:** Mme Rood a mentionné tantôt que 44 % des producteurs vendent à perte. C'est ce que plusieurs producteurs me disent aussi. Ils dépendent de la fluctuation des prix et ils n'ont pas vraiment le choix.

Vous avez parlé des critiques dont l'industrie alimentaire fait l'objet. Cela vous a blessé, parce que, au fond, vous affirmez vouloir protéger le consommateur. Cependant, si le prix des produits vendus en épicerie a beaucoup augmenté et que le producteur, au départ, ne gagne pas nécessairement plus d'argent qu'auparavant, que se passe-t-il entre les deux? Où va l'argent?

**M. François Thibault:** Il y a plusieurs joueurs dans la chaîne d'alimentation. Je peux vous parler de mon expérience, mais je ne peux pas me prononcer sur la réalité que vivent 44 % des producteurs.

Ce que je peux vous dire, c'est que lorsque nous nous tournons vers les fournisseurs locaux, nous le faisons par le truchement d'une plateforme transactionnelle sur le Web. Les fournisseurs y affichent

les prix auxquels ils sont prêts à vendre leurs produits ainsi que les quantités qu'ils peuvent offrir. Nous n'imposons pas de prix à perte. Nous prenons le prix offert. Je peux cependant imaginer ce qu'ils traversent. C'est difficile pour tout le monde.

J'ai hâte de retourner dans un environnement d'inflation où le taux normal est de 2 ou 3 %. Je trouve que, 10 % et plus, ce n'est bon pour personne, ni pour le consommateur ni pour nous. J'ai très hâte de retourner dans un environnement normal.

**M. Yves Perron:** Je pense que c'est ce que nous souhaitons tous.

Vous avez mentionné plusieurs choses. Quand vous dites que vous vous tournez vers les fournisseurs locaux, comment définissez-vous « local »?

J'ai souvent entendu de petits producteurs ou des producteurs régionaux se plaindre du fait qu'ils n'avaient pas accès aux épiceries se trouvant à proximité.

J'aimerais que vous m'expliquiez ce que vous entendez par « produit local ».

• (1905)

**M. François Thibault:** Cela va des produits achetés chez de petits producteurs à ceux achetés chez des producteurs quand même assez importants. Nous essayons de faire affaire avec toute la gamme de producteurs, et leur nombre augmente chaque année. Nous en avons même fait une priorité dans notre plan de responsabilité d'entreprise, soit d'augmenter les achats auprès des producteurs locaux.

Cela est important pour nous. C'est ce que le client veut; il veut des produits de qualité. En outre, les distances étant beaucoup moins grandes, il y a moins de frais liés au transport. Tout le monde y gagne. Nous voulons augmenter la présence des producteurs locaux chez nous.

**M. Yves Perron:** Merci.

Vous dites que vous n'imposez pas de prix, que vous passez par un site transactionnel où les fournisseurs affichent leurs prix. Toutefois, les producteurs nous disent que des frais leur sont imposés de façon unilatérale. Je n'affirme rien, c'est ce qui m'a été dit. Je vous en parle parce que, tantôt, vous avez dit que ces frais étaient négociés et transparents. D'où vient la différence entre ces deux perceptions?

Ce que les producteurs me disent, c'est qu'ils n'ont pas le choix, ils doivent payer ces frais pour faire affaire avec les épiciers.

**M. François Thibault:** Je ne peux pas parler pour les autres, je peux juste vous dire ce que nous faisons chez nous. Nous avons une bonne relation avec nos fournisseurs, y compris les fournisseurs locaux. Nous voulons que les frais soient négociés de façon transparente. Comme je l'ai dit, nous voulons augmenter la présence de fournisseurs locaux chez nous.

**M. Yves Perron:** Si les frais sont négociés de façon transparente avec les fournisseurs, cela veut-il dire que différents fournisseurs pourraient payer des frais différents pour une même transaction?

**M. François Thibault:** Il faut regarder tous les éléments qui déterminent les prix d'achat. Je ne peux pas commenter la situation de chaque fournisseur, puisque les négociations sont propres à chacun d'eux.

**M. Yves Perron:** D'accord.

On m'a aussi souvent dit qu'il y avait une certaine opacité dans les états financiers des épiciers en général, où l'on regroupe plusieurs revenus. Vous m'avez vous-même expliqué, tantôt, que la marge dans le secteur de la pharmacie avait compensé une diminution de la marge dans le secteur alimentaire.

Ne pensez-vous pas que l'industrie gagnerait à publier ses chiffres de façon plus transparente? De cette façon, peut-être que cette perception négative dont vous avez parlé tantôt serait moins forte.

**M. François Thibault:** Nous publions nos résultats conformément aux normes comptables en vigueur, selon ce que nous appelons un secteur d'opération de détail. Il y a beaucoup de similarités entre les deux divisions. Dans nos résultats, nous publions les ventes comparables par division, soit pour l'alimentation et pour la pharmacie. Nous ventilons même les ventes comparables en pharmacie entre les ventes de produits sous ordonnance et les ventes commerciales. De plus, nous qualifions les résultats.

Nous publions nos résultats selon un secteur d'opération de détail et conformément aux normes comptables.

**M. Yves Perron:** Vous avez parlé du coût de la main-d'œuvre. J'entends dire que les salaires dans les épicerie ne sont pas très élevés.

Vos frais de main-d'œuvre ont-ils beaucoup augmenté au cours de la dernière année?

**M. François Thibault:** Sachez que 95 % de nos employés sont syndiqués. Pour la grande majorité d'entre eux, le salaire est déterminé lors des négociations touchant leur entente collective, lorsque celle-ci arrive à échéance. Ces négociations comprennent les salaires et les avantages sociaux, comme les régimes de retraite, les soins médicaux, et ainsi de suite. Les salaires et les avantages sociaux que nous offrons sont très concurrentiels.

**Le président:** Merci beaucoup, messieurs Thibault et Perron.

Monsieur MacGregor, vous avez la parole.

[Traduction]

**M. Alistair MacGregor (Cowichan—Malahat—Langford, NDP):** Merci beaucoup, monsieur le président.

J'aimerais remercier tous nos témoins d'être venus aujourd'hui.

Monsieur Thibault, je vais commencer par m'adresser à vous.

Je trouve étonnant que M. La Flèche ne soit pas ici. Je dis cela parce que je crois que votre secteur a presque perdu la confiance de la population canadienne. Il est sur la défensive, et j'essuierai les coups — c'est très bien. Toutefois, comprenez bien que ce comité n'a pas lancé cette étude sans raison. Elle découle de ce que nous disent les électeurs de tous les partis politiques d'un bout à l'autre du pays.

Je suis curieux de savoir pourquoi, face à la colère des Canadiens à l'égard du coût élevé des aliments, M. La Flèche ne profite pas de cette occasion de venir défendre publiquement son entreprise? Pourquoi n'est-il pas ici aujourd'hui?

**M. François Thibault:** Eh bien, je suis l'un des dirigeants de l'entreprise. Je discute quotidiennement avec divers intervenants des activités de la société Metro, et je suis ici aujourd'hui pour répondre à vos questions.

**M. Alistair MacGregor:** N'est-il pas prêt à assumer sa responsabilité de PDG? Il a fait preuve de cette courtoisie au Comité de l'in-

dustrie qui enquêtait sur la fin des programmes de « rémunération des héros » en 2020. Pourquoi ne nous accorde-t-il pas la même faveur?

**M. François Thibault:** Comme je l'ai dit, je suis l'un des dirigeants de cette entreprise et je suis ici pour répondre à vos questions aujourd'hui.

Pour ce qui est de la confiance, je crois que nos clients font preuve de confiance en effectuant des centaines de milliers de transactions chaque jour.

• (1910)

**M. Alistair MacGregor:** D'accord.

Lorsque Loblaw a annoncé le gel des prix de ses produits No Name, j'ai vu que la société Metro s'est empressée de faire un commentaire à ce sujet.

Je pense que vous avez dit que c'est une pratique courante de l'industrie. Ai-je bien compris? Ai-je bien cité les porte-parole de votre entreprise?

**M. François Thibault:** Non, je crois que nous n'avons pas tout à fait dit cela. Ce que nous avons dit, c'est que nous n'acceptons pas les augmentations de prix... Nous ne voulons pas traiter les augmentations de prix des fournisseurs pendant la période achalandée des Fêtes.

**M. Alistair MacGregor:** Mais en général, c'est une tendance. Ce que Loblaw a annoncé correspond essentiellement à ce que beaucoup d'entreprises font pendant la période des fêtes.

**M. François Thibault:** Je ne peux pas parler en leur nom.

**M. Alistair MacGregor:** Je vous demande de parler en votre nom, parce que vous nous avez dit cela.

**M. François Thibault:** Nous disons aux fournisseurs que nous ne traiterons pas les augmentations de prix pendant la période achalandée des Fêtes. Nos équipes sont trop occupées. Nous voulons de la stabilité. Nous leur disons que nous faisons une pause... Nous ne les traitons pas.

**M. Alistair MacGregor:** Vos entreprises collaborent-elles pour fixer le moment où vous gèlez ou réduirez les prix aux consommateurs?

**M. François Thibault:** Absolument pas. Il n'y a aucune collaboration. Nous effectuons notre propre approvisionnement. Nous ne voulons pas traiter des augmentations du début de la période des fêtes jusqu'à la fin janvier ou au début février.

**M. Alistair MacGregor:** Pour revenir à l'année 2020, lorsque les trois entreprises ont mis fin à leur « rémunération des héros » exactement le même jour, vous ne vous étiez pas entendus pour le faire?

**M. François Thibault:** Non.

**M. Alistair MacGregor:** Ce n'est qu'une coïncidence. Trois des grandes entreprises ont mis fin au programme le même jour.

**M. François Thibault:** Il n'y a pas eu de collusion. Il n'y a pas eu de collaboration à cet égard.

**M. Alistair MacGregor:** Bon. Je veux bien.

J'ai entendu beaucoup de propos défensifs de la part de votre secteur. Je comprends. De nombreuses entreprises traversent une période difficile à cause de la guerre en Ukraine, des troubles de la chaîne d'approvisionnement et des changements climatiques. Les membres du Comité connaissent très bien ces problèmes. De nombreux autres secteurs ont subi les mêmes pressions. Cependant, en vous écoutant dire que vous ne faites que de faibles marges de profit, je dois dire qu'en regardant les statistiques pour l'ensemble du secteur de l'épicerie au cours de la dernière année de la prépandémie, en 2019, je constate que le secteur dans son ensemble a enregistré des profits d'environ 2,4 milliards de dollars. En 2021, ce montant est passé à 5,8 milliards de dollars.

Les électeurs de ma circonscription, Cowichan—Malahat—Langford, examinent ces chiffres. Ils regardent le prix des aliments qu'ils paient de semaine en semaine. Vous dites que vous n'êtes pas vraiment responsable de cela alors qu'en fait, les profits nets indiquent qu'il n'en est pas ainsi.

**M. François Thibault:** Ce que je dis, c'est que vous ne pouvez pas examiner la situation en dollars absolus. Il faut considérer cela comme un pourcentage des ventes. Nous sommes une grande entreprise. Nos revenus ont augmenté cette année à cause de l'inflation, mais nos dépenses ont augmenté aussi.

Lorsqu'on regarde la marge de profit en pourcentage des ventes, qu'il s'agisse de la marge brute ou de la marge nette après toutes les dépenses et les taxes, elle est très stable. En fait, ce que nous avons dit, c'est que notre marge de vente d'aliments a diminué. Elle est compensée par une meilleure marge en pharmacie, mais dans l'ensemble, elle est demeurée très stable.

**M. Alistair MacGregor:** Oui. C'est intéressant, parce que la quantité d'aliments vendus a diminué pendant le confinement. Nous avons ici des données qui indiquent une hausse importante des ventes réelles des supermarchés, en 2020, lorsque les restaurants ont fermé et que tout le monde mangeait à la maison. Ces données indiquent qu'après cela, il y a eu une chute des ventes qui sévit encore aujourd'hui.

Le volume réel des ventes d'aliments diminue. Les consommateurs de ma circonscription ont vu le prix des aliments augmenter. Je le répète, cela ne soutient pas du tout ce que vous nous dites.

**M. François Thibault:** Non, je ne crois pas. Vous avez raison de dire que le volume a diminué dans l'industrie. Il a fléchi pendant deux ou trois trimestres. Dans l'ensemble, nous nous sommes bien maintenus. Les clients semblent bien réagir à nos campagnes de marchandisage, et nous avons essayé de gérer la croissance du chiffre d'affaires et nos dépenses.

**M. Alistair MacGregor:** Oui. À l'heure actuelle, les Canadiens achètent moins de produits alimentaires, mais ils les paient beaucoup plus cher.

Je veux terminer là-dessus, car je sais que mon temps de parole tire à sa fin. Cette année, on s'attend à ce que la clientèle qui a recours aux banques alimentaires chaque mois augmente de 60 %. Est-il vrai que l'an dernier, Metro a versé des dividendes plus généreux à ses actionnaires?

**M. François Thibault:** Vous parlez maintenant de l'affectation du capital, ce qui n'est pas la même chose que...

**M. Alistair MacGregor:** Est-ce vrai, oui ou non?

**M. François Thibault:** Lorsqu'il s'agit de répartir les capitaux, nous commençons par les investissements dans nos activités de base. Nos entrepôts et notre réseau de magasins sont notre priorité.

En 2022, nous avons investi 620 millions de dollars dans les centres de distribution du réseau. C'est un record. Cette année, nous allons investir 800 millions de dollars dans l'ensemble du réseau de distribution, un niveau record pour notre entreprise. C'est notre priorité.

Une fois les fonds affectés à tous ces projets, nous remettons de l'argent aux propriétaires de l'entreprise. Qu'il s'agisse d'une politique sur les dividendes ou... Nous avons augmenté les dividendes pour remettre de l'argent aux actionnaires. Comme je l'ai dit dans ma déclaration liminaire, nous devons rivaliser pour attirer des clients, mais aussi pour obtenir des capitaux. Nous devons récompenser les propriétaires de l'entreprise.

Nous essayons de trouver un juste équilibre.

• (1915)

**Le président:** Nous allons nous en tenir là.

Merci, monsieur MacGregor.

Merci, monsieur Thibault.

Monsieur Epp, vous avez la parole pour un maximum de cinq minutes.

**M. Dave Epp (Chatham-Kent—Leamington, PCC):** Merci, monsieur le président.

De nombreux secteurs agricoles doivent s'adapter à toutes sortes de pressions sur les coûts comme ceux de l'énergie, de la main-d'œuvre et des engrais. Nous avons entendu parler un peu du secteur des produits frais et des relations directes avec les détaillants. Le secteur que je connais le mieux est celui de la transformation — il y a donc un fabricant de produits alimentaires qui s'ajoute au milieu de la chaîne de valeur —, en particulier le secteur de la transformation des tomates. Il pourra servir d'exemple pour de nombreux secteurs.

Je connais la situation en Ontario et en Californie, qui est le point de référence mondial. La Californie produit 30 % des tomates destinées à la transformation dans le monde, soit 20 fois ce que nous produisons au Canada. Elle vient de fixer le prix au champ à 138 dollars américains f. à b., soit environ 184 dollars canadiens. Les producteurs californiens font face à des pressions sur les coûts. Au Canada, les producteurs sont dans la même situation, taxe sur le carbone en sus.

D'après ce que je comprends des discussions qui ont actuellement cours avec l'industrie, les producteurs canadiens n'atteindront même pas le prix f. à b. que les producteurs californiens obtiennent dans les champs. Ce sont là certaines des pressions sur les coûts avec lesquelles doivent composer nos transformateurs et nos fabricants de produits alimentaires, en plus de l'augmentation des coûts d'emballage, etc. Ensuite, ces transformateurs doivent faire affaire avec les détaillants. Viennent ensuite les consommateurs. Qu'allons-nous faire pour les consommateurs? Que peut-on faire?

Le Royaume-Uni a mis en place un code de conduite pour les marchés d'alimentation — des témoins nous en ont dit un mot aujourd'hui — qui offre la possibilité de donner aux consommateurs une réduction relative des coûts parce qu'il fait diminuer les frais administratifs pour les détaillants. Je pourrais vous donner de nombreux exemples précis.

Dans mes discussions avec un fabricant de produits alimentaires, celui-ci a décrit son expérience avec deux détaillants différents de la façon suivante. Le détaillant A accepte généralement l'augmentation de prix à condition que le fournisseur puisse la justifier. Ensuite, il ajoute sa marge bénéficiaire et laisse le consommateur décider si c'est trop élevé ou pas. C'est en fait une façon intelligente et responsable de gérer l'inflation. Quant au détaillant B, il dit que ces types sont — je m'abstiendrai du qualificatif, monsieur le président, car il est non parlementaire — les pires dans l'industrie. Il s'en prend à ses fournisseurs et non seulement réduit les prix, mais ajoute aussi des amendes unilatéralement et se livre à des calculs compliqués dont il ne dit rien. Puis, il revient à la charge et exige un montant de 1 à 2 % de leurs ventes totales. Il dit que, si le code de conduite n'est pas mis en application de façon obligatoire, avec un organisme de réglementation, ils ne pourront plus lui vendre quoi que ce soit. C'est terrible.

On nous a dit aujourd'hui que les pratiques des détaillants sont transparentes. J'invite ces détaillants à présenter au Comité des documents à l'appui de cette affirmation. Je ne vais pas identifier le fabricant que j'ai cité par crainte de représailles, mais voici ma question. Compte tenu de la disparité de comportement des détaillants, les consommateurs canadiens bénéficieraient-ils d'un code de conduite et votre entreprise y adhérerait-elle si d'autres grands détaillants ne le faisaient pas?

Commençons par M. Cope.

**M. Paul Cope:** Revenons précisément à... Un mot de vos préoccupations au sujet des tomates. À tout cela, les détaillants de l'Ouest du Canada doivent ajouter un autre facteur: ils doivent maintenant assurer le transport au Canada ou à partir des États-Unis à un coût plus élevé. Ce ne sont pas des coûts qu'ils ont pu refiler au consommateur, car les prix deviendraient tout à fait déraisonnables pour lui.

À l'heure actuelle, notre entreprise fait preuve de transparence avec l'industrie, non seulement avec ses clients, mais aussi avec les fournisseurs auxquels elle est associée. Nous sommes ouverts à tout ce qui peut améliorer les relations. Faut-il un code de conduite? Peut-être, mais les trois dernières années ont été extrêmement difficiles pour nous tous et ont probablement mis à rude épreuve nos relations les uns avec les autres. Ce n'est pas seulement à cause de ce qui se passe au niveau des marchés d'alimentation. Il y a d'autres facteurs: les coûts des matières premières, ceux des produits et de l'emballage, ceux de la main-d'œuvre. Nous avons cerné tous ces facteurs aussi. Je dirais que les trois dernières années ont été extrêmement...

**M. Dave Epp:** Merci, monsieur Cope.

Monsieur Thibault, je voudrais vous entendre également.

**M. François Thibault:** Nous sommes en faveur du code de conduite. Depuis la création du groupe de travail FTP sur l'agriculture, nous avons participé activement à la rédaction du code de conduite, et nous croyons donc que nos relations avec les fournisseurs sont bonnes. Nous sommes favorables au code de conduite et, comme je l'ai dit, nous avons participé activement à sa rédaction.

**M. Dave Epp:** Vous êtes le détaillant A, monsieur Thibault.

J'ai une question: pourquoi les frais des détaillants canadiens sont-ils plus élevés au Canada, soit 28 %, en moyenne, des coûts de transformation par rapport à 18 % aux États-Unis?

Monsieur Cope, à vous.

• (1920)

**M. Paul Cope:** Monsieur, pourriez-vous répéter la question? Je n'ai pas bien entendu.

**M. Dave Epp:** Pourquoi les amendes, les redevances, les frais totalisent-ils environ 28 % des coûts des transformateurs ou des fabricants de produits alimentaires canadiens, alors que la proportion est de 18 % aux États-Unis?

**M. Paul Cope:** En ce qui concerne les amendes imposées directement, cela ne fait pas nécessairement partie de mon mandat en tant que premier vice-président des opérations. C'est pourquoi je ne peux pas répondre directement à la question.

**Le président:** Merci, monsieur Epp.

Passons maintenant à Mme Taylor Roy, pour cinq minutes.

**Mme Leah Taylor Roy (Aurora—Oak Ridges—Richmond Hill, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci aux témoins d'être là.

C'est une discussion difficile, et je ne veux pas répéter ce qui a déjà été dit. Il est clair que, au comité de l'agriculture et de l'agroalimentaire, nous sommes tous préoccupés par les agriculteurs. Ils ont beaucoup de mal. Nous venons de passer en revue tous les coûts qui ont augmenté. Nous sommes également préoccupés par les consommateurs. Ils sont nombreux à avoir du mal à joindre les deux bouts et à se nourrir.

Je suis une femme d'affaires. Je comprends qu'il faut obtenir un rendement sur le capital investi et ménager des marges bénéficiaires, mais je ne comprends pas pourquoi les profits ont nettement augmenté chez les détaillants en alimentation. On peut regarder les chiffres dans tous les sens, mais le volume a diminué, les profits ont augmenté et les marges sont restées les mêmes. C'est que les marges sont plus élevées à cause de l'inflation. En fait, vous profitez de l'inflation.

On peut aborder la question comme on veut et rappeler tous les coûts à assumer, il reste que les faits ne mentent pas. La rémunération des cadres a augmenté, tout comme l'ont fait les dividendes, et vous avez dit que les investissements étaient à la hausse. Par contre, les salaires des travailleurs n'ont pas bougé — peut-être légèrement, mais en fait, ils ont diminué de 2 \$ par rapport à ce qui a été accordé pendant la pandémie de COVID-19. Les prix ont augmenté pour les consommateurs.

On continue d'insister sur les marges et les lignes directrices comptables, mais vous avez aussi dit que vous vouliez que tout soit transparent et ouvert. Les lignes directrices comptables ne vous empêchent pas de présenter les données différemment. Pourquoi en venez-vous toujours à ce point et refusez-vous de donner en chiffres absolus le montant que vous avez retiré du commerce des produits alimentaires — quitte à présenter une ventilation plus fine des différents éléments concrets, au lieu de vous contenter de décrire ce qui se passe dans chaque secteur?

Vous pourriez peut-être parler du fait que les profits ont augmenté à cause de l'inflation. Pourquoi ne répercutez-vous aucune partie de ces hausses sur le consommateur en l'aidant ainsi, pendant cette période difficile, en réduisant les prix d'une façon ou d'une autre?

Je voudrais que vous me répondiez tous. Vu l'augmentation des profits, pourquoi n'essayez-vous pas d'aider les consommateurs en maintenant des prix plus bas?

**M. Gary Sands:** Je vais parler au nom des indépendants.

Les profits n'augmentent pas pour l'épiciériste indépendant. En tout cas, pas généralement.

Je prends note de vos arguments. Je tiens à dire, sauf votre respect, que, d'après mon expérience — et je suis dans cette industrie depuis de nombreuses années —, la grande préoccupation ou la priorité des comités et des ministères de l'Agriculture a constamment porté sur les exploitations agricoles et uniquement sur elles. Ce qui s'explique en partie par le fait que, jusque récemment — à cause de tout ce qui se passe —, on n'a pas compris comment fonctionne l'industrie.

Je vais parler de...

**Mme Leah Taylor Roy:** Monsieur Sands, je suis désolé de vous interrompre, mais si vous dites que les profits des épiciéristes indépendants n'ont pas augmenté du tout, je voudrais entendre les deux autres témoins.

**M. Gary Sands:** D'accord...

**Mme Leah Taylor Roy:** Je suis désolée. Je n'ai que cinq minutes.

Je voudrais entendre les réponses des deux autres témoins, dont les profits ont en fait augmenté.

**M. Paul Cope:** Je peux répondre à cette question au nom de Save-On-Foods.

En 2022, nos bénéficiaires ont été inférieurs à ceux de l'année précédente. Ils n'ont pas augmenté.

**Mme Leah Taylor Roy:** Nous ne voulons pas nous limiter à la comparaison d'une année sur l'autre. Nous nous intéressons à la période qui s'étend de la période antérieure à la pandémie à celle qui a suivi, soit 18 mois. Jetez un coup d'œil à mars 2022. Vos profits avaient certainement augmenté. En fait, les chiffres de Statistique Canada montrent que vos profits combinés ont été de 89 % ou 143 milliards de dollars dans seulement 15 secteurs, sur l'ensemble des secteurs. Le secteur du pétrole et du gaz est celui qui a le plus profité de la situation, mais les marchés d'alimentation ne sont pas en reste.

Je ne fais pas de comparaison d'une année à l'autre, parce que ce n'est pas pertinent à l'heure actuelle.

• (1925)

**M. Paul Cope:** En ce qui concerne le volume à l'intérieur des magasins avant la pandémie, il a considérablement augmenté.

**Mme Leah Taylor Roy:** Vous dites qu'après la pointe... Il y a eu une nette hausse, en raison des dépenses liées à la pandémie, mais le volume a diminué au cours de la dernière année à cause de la hausse des prix et parce que les gens commencent à aller au restaurant et à dépenser moins dans les marchés d'alimentation. Nous avons vu une pointe, mais les graphiques montrent que les volumes ont diminué.

**M. Paul Cope:** Encore une fois, le volume actuel, dans notre entreprise, est beaucoup plus élevé qu'avant la pandémie. Les ventes ont donc augmenté.

L'autre facteur avec lequel les consommateurs doivent composer... L'inflation ne touche pas que les produits alimentaires. Les taux d'intérêt accusent une hausse considérable. Le prix de l'essence a augmenté, tout comme celui de tous les types d'articles ménagers. Les pressions que ces gens-là ont subies, à commencer par la rentrée scolaire et toutes les dépenses qu'elle occasionne... L'inflation

ne se manifeste pas seulement dans les produits alimentaires. Je comprends que le...

**Le président:** Merci, monsieur Cope.

Merci, madame Taylor Roy. Nous allons devoir en rester là. Je vous ai accordé quelques secondes de plus.

[Français]

Monsieur Perron, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

**M. Yves Perron:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Thibault, si vous permettez, nous allons revenir à ce dont nous discutons tout à l'heure.

Vous parliez du fait que les frais étaient négociés de façon transparente. Or, j'ai entendu dire que des frais étaient imposés de façon unilatérale.

Vous m'avez bien dit tantôt qu'ils étaient toujours négociés.

Est-ce exact?

**M. François Thibault:** Oui, c'est sûr qu'ils sont négociés. Parfois, nous ne nous entendons pas lors des négociations ou des discussions, nos points de vue pouvant diverger. Cependant, nous nous assurons à la table de négociation et nous nous employons à régler nos différends.

**M. Yves Perron:** D'accord.

En réponse aux questions de M. MacGregor, vous avez dit que vous n'aviez pas augmenté les prix pendant les Fêtes.

Pouvez-vous m'expliquer de quoi il s'agit?

**M. François Thibault:** Nous avons dit aux fournisseurs que nous n'acceptons pas d'augmentation de prix pendant la période des Fêtes, parce que nos équipes sont occupées à la mise en marché et au service à la clientèle. Comme c'est une période très occupée, nous voulons assurer une stabilité concernant le prix coûtant et le prix de détail. C'est ce que je voulais dire.

**M. Yves Perron:** Est-ce ainsi chaque année?

**M. François Thibault:** Je travaille chez Metro depuis 10 ans, et je peux dire que c'est une pratique que nous appliquons depuis plusieurs années.

**M. Yves Perron:** D'accord, merci beaucoup.

Vous avez aussi parlé de vos nobles objectifs d'offrir des produits de qualité, de garder votre marge bénéficiaire stable, entre autres. Vous avez dit que vous meniez vos activités dans un marché de concurrence. Or, dans un marché où cinq commerces accaparent 80 % du marché, pouvons-nous vraiment parler d'une situation de concurrence pour les fournisseurs qui veulent vendre? S'ils ne s'entendent pas avec vous, ils peuvent s'entendre avec une autre chaîne, mais cela pourrait devenir difficile.

Selon le professeur Charlebois, nous sommes dans une situation d'oligopole. Quelle est votre opinion à ce sujet?

**M. François Thibault:** M. Charlebois a droit à son opinion. Quant à moi, je peux vous dire que c'est un marché très compétitif et que nous devons tenir compte de plusieurs joueurs, dont de gros joueurs américains, soit Walmart, Costco et d'autres en ligne, comme Amazon.

Le produit alimentaire est vendu dans plusieurs commerces, dont les commerces indépendants. C'est un marché compétitif, et le client a des choix, des options. Si nous voulons garder notre clientèle, il faut être compétitif.

**M. Yves Perron:** Le client a des options, mais les fournisseurs ont-ils autant? C'était le sens de ma question.

**M. François Thibault:** Je pense qu'il y a autant de joueurs du côté des fournisseurs que de celui des consommateurs. Nous ne sommes pas le plus gros joueur, et nous essayons de tirer notre épingle du jeu en négociant de façon serrée. Nous n'avons pas toujours le gros bout du bâton, comme on dit en bon québécois.

**Le président:** Malheureusement, votre temps de parole est écoulé.

**M. Yves Perron:** Merci de vos réponses, monsieur Thibault.

**Le président:** Monsieur MacGregor, vous avez la parole.

[Traduction]

**M. Alistair MacGregor:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Thibault, dans notre échange précédent, j'ai parlé de crise de confiance. L'idée est plus large. Car cette crise n'émane pas du néant. C'est toute une évolution qui nous a menés là.

Il y a eu des allégations de fixation du prix du pain. Le Bureau de la concurrence a dû examiner les activités de votre secteur à plusieurs reprises. Les producteurs et les transformateurs nous ont parlé — avec bien des détails consternants — des frais cachés et des amendes qu'ils ont dû payer pour approvisionner vos grandes sociétés.

Il y a aussi une enquête parlementaire sur la question. Pas un seul dirigeant des trois plus grandes chaînes au Canada, Metro comprise, n'est venu défendre publiquement son entreprise.

Il y a donc une crise de confiance. Elle n'a pas commencé avec cette enquête parlementaire. Au contraire, celle-ci a découlé de la crise de confiance. C'est ce que nous disent les électeurs. Il y a là tout un parcours. Les parlementaires vont prendre l'initiative. Je ne présumerai pas de nos recommandations, mais nous avons le pouvoir d'agir, et diverses possibilités s'offrent à nous, que ce soit le renforcement des lois sur la concurrence ou encore l'octroi de ressources plus généreuses au Bureau de la concurrence.

Voici ma question, monsieur: que va faire le secteur pour essayer de regagner cette confiance? Vous devez admettre qu'il y a actuellement un fossé entre vos entreprises et le consommateur. Qu'allez-vous faire maintenant pour essayer de regagner cette confiance, pour calmer la crise de confiance?

● (1930)

**M. François Thibault:** Je crois fermement que les clients nous manifestent leur confiance. Chaque jour, nous effectuons des centaines de milliers de transactions. Notre clientèle est en croissance et fidèle. Nous avons montré aux clients que nous offrons de la valeur, de la qualité et un environnement sain et sécuritaire, et que nous assurons la transparence. La confiance des consommateurs nous est acquise.

**M. Alistair MacGregor:** C'est donc cela. Vous pensez avoir leur confiance à présent.

**M. François Thibault:** Oui, je crois que nous avons la confiance des consommateurs, et nous nous battons chaque jour pour obtenir cette confiance et la conserver.

**M. Alistair MacGregor:** Sauf votre respect, c'est tout à fait...

**Le président:** Monsieur MacGregor, nous allons devoir nous arrêter là, malheureusement.

**M. Alistair MacGregor:** ... contraire à ce que nous entendons, mais nous allons en rester là.

**Le président:** La période prévue est écoulée, mais je vous remercie.

Je tiens à remercier les témoins.

Je vais rapidement me prévaloir de la prérogative de la présidence.

Monsieur Thibault, vous occupez le poste de chef de la direction financière. Je vous remercie d'être là pour témoigner.

Avez-vous une idée de la hausse moyenne des prix de détail sur les tablettes de Metro au cours des 12 derniers mois? Pouvez-vous donner ce chiffre au Comité?

Je comprends que la question se pose dans l'ensemble du secteur, mais pouvez-vous nous donner un chiffre estimatif? Est-ce 10 %, 12 % ou 8 %? Avez-vous une donnée à nous présenter?

**M. François Thibault:** Tout au long de l'exercice 2022, il y a eu augmentation à chaque trimestre. Vous avez les chiffres officiels de l'IPC publiés par le gouvernement, mais ce que nous mesurons, c'est ce que le client paie à la caisse. Le client n'achète pas un indice statique. Il s'adapte, change de produit, profite des promotions, etc.

Pour vous donner une idée, au premier trimestre de l'exercice 2022, notre inflation à l'interne a été de 3,5 %. C'est, d'après nos estimations, la hausse de ce que le client a payé par rapport à l'année précédente. Au deuxième trimestre, le taux a été de 5 %. Il est passé ensuite à 8,5 % puis à 10 %. Au cours du premier trimestre de 2023, que nous venons de publier, le taux était stable, à 10 %.

Cela vous donne un ordre de grandeur des augmentations de prix payées par les clients.

**Le président:** Voilà qui est utile.

Deuxièmement, vous avez parlé de 27 000 augmentations de prix. Je peux comprendre qu'il y a beaucoup d'échanges avec vos fournisseurs à ce sujet.

Avez-vous des chiffres que vous pouvez nous communiquer? Je comprends que cela puisse dépendre du fournisseur, mais même une simple moyenne nous donnerait une idée de ce à quoi les fournisseurs font face et des augmentations, en pourcentage annuel qu'ils demandent.

Avez-vous un chiffre que vous pouvez communiquer au Comité?

**M. François Thibault:** Vous voulez parler de ce qui va venir ou dites-vous...?

**Le président:** Vous avez parlé dans votre témoignage de 27 000 demandes...

**M. François Thibault:** C'était pour l'exercice 2022.

**Le président:** Oui. Avez-vous une moyenne de l'augmentation demandée par vos fournisseurs?

Avez-vous une moyenne que vous pourriez nous faire connaître?

**M. François Thibault:** Cela a varié, entre près de 10 % et au-delà de ce pourcentage. Il est arrivé qu'un même fournisseur nous approche plusieurs fois au cours de l'année. Cela vaut pour toute la gamme.

Comme je l'ai dit, nous avons un arriéré de demandes d'augmentations de prix à cause de la pause que nous avons demandée. Il reste maintenant plusieurs milliers de demandes à étudier.

**Le président:** Voici ma dernière question, car il faut passer au deuxième groupe de témoins.

Parmi vos fournisseurs, pouvez-vous dire au Comité...? Je peux comprendre que, comme vous l'avez dit, il y a négociation. Vous êtes en présence de différents fournisseurs de tailles et de capacités différentes qui vous proposent des produits.

Pourriez-vous donner au Comité une idée du pourcentage de vos fournisseurs qui ont le pouvoir de négocier? Certains sont de petits producteurs. Je suppose que vous pouvez leur dire: « Voici ce que nous sommes prêts à offrir. » Pouvez-vous nous en donner une idée?

Si je suis un petit agriculteur, je suppose que vous dites: « Voici ce que Metro est prêt à vous offrir, en fonction de ce que le marché pourrait exiger et de ce que nous pensons pouvoir vendre. » Avec d'autres fournisseurs, le montant pourrait être un peu plus élevé. Il pourrait y avoir plus de négociation.

Pouvez-vous donner au Comité une idée de la ventilation? Pour combien de vos fournisseurs, en pourcentage, s'agirait-il d'une négociation au lieu d'une situation où Metro dit qu'il ne peut pas négocier avec chaque fournisseur?

Vous en avez 27 000, par exemple. Pouvez-vous même nous donner une idée? Comment se présente la relation?

**M. François Thibault:** Cela varie. Il y a les modalités de paiement. La participation à des campagnes de promotion. Il y a en réalité une fourchette. Je ne veux pas lancer un chiffre.

**Le président:** D'accord. C'est une question générale.

Nous allons passer à Mme Rood. Rapidement, si possible.

● (1935)

**Mme Lianne Rood:** Merci, monsieur le président.

M. Thibault a dit à quelques reprises que l'entreprise fait preuve de transparence et d'ouverture. Lui serait-il possible de remettre au Comité les documents dont il parle au sujet de la transparence des chiffres.

**Le président:** Certainement. Au témoin de décider.

S'il y a des renseignements que vous pouvez communiquer au Comité au sujet de certaines pratiques, ce sera très bien.

**M. François Thibault:** D'accord. Je vais voir.

**Mme Lianne Rood:** Merci.

**Le président:** Je vous remercie de m'avoir accordé quelques minutes de plus.

Chers collègues, nous allons faire une courte pause. Tous les témoins du deuxième groupe sont présents, ce qui est formidable.

Nous allons faire une pause de deux ou trois minutes et nous reprendrons tout de suite la séance.

Merci.

● (1935)

(Pause)

● (1940)

**Le président:** Chers collègues, nous allons reprendre les travaux.

La salle est pleine. C'est formidable de voir tout le monde avoir de belles conversations, mais il faut respecter l'horaire.

Le deuxième groupe de témoins n'est pas étranger au Comité, mais c'est toujours un plaisir de les revoir, surtout dans la salle. Les témoins sont très nombreux et nous sommes ravis qu'ils soient là.

De l'Institut canadien des politiques agroalimentaires, nous accueillons Tyler McCann, que le Comité connaît bien. Bon retour parmi nous, monsieur McCann.

De la Fédération canadienne de l'agriculture, nous recevons Mary Robinson, de l'Île-du-Prince-Édouard — c'est un plaisir que vous soyez parmi nous en personne, madame Robinson — et Scott Ross, qui est le directeur exécutif. Bien sûr, Mme Robinson est présidente de cette fédération.

[Français]

Nous accueillons également des représentants de l'Association des producteurs maraîchers du Québec, soit Mme Catherine LeFebvre, présidente, et M. Patrice Léger Bourgoïn, directeur général.

Je vous souhaite la bienvenue au Comité.

[Traduction]

Vous disposez chacun de cinq minutes. Je vais commencer par M. McCann.

Vous avez la parole.

**M. Tyler McCann (directeur général, Institut canadien des politiques agroalimentaires):** Merci, monsieur le président et membres du Comité, de me donner l'occasion de comparaître pour traiter de ce sujet important.

Pour la plupart des Canadiens, l'achat des aliments qu'ils consomment est l'une de leurs rares transactions directes avec le système alimentaire canadien. Lorsque les achats coûtent plus cher, ils attirent l'attention.

Le fait est que les aliments coûtent de plus en plus cher. Les raisons de cette augmentation et les politiques à la disposition des gouvernements pour résoudre le problème sont beaucoup moins simples. La COVID, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement, la géopolitique, la baisse de valeur du dollar canadien, le degré de concentration et le coût de la main-d'œuvre ne sont que quelques-uns des facteurs qui contribuent à rendre les aliments plus coûteux. D'autres témoins aborderont bon nombre de ces points. Je vais pour ma part me limiter à trois observations simples sur l'inflation alimentaire.

Premièrement, les produits alimentaires sont multiples, et les facteurs de coût des aliments varient grandement. Le Canada doit faire davantage de recherches et d'analyses pour comprendre les tendances et les pressions qui ont cours.

Deuxièmement, l'inflation alimentaire est régressive en ce sens qu'elle frappe plus durement les ménages pauvres. Les solutions devraient viser les Canadiens qui ont le plus besoin d'aide.

Enfin, le Canada n'est pas isolé. Son système alimentaire fait partie d'un système mondial. Il est important de tenir compte de ce contexte lorsqu'on discute de ce qui se passe au Canada.

Tout d'abord, bien qu'on parle souvent de l'alimentation comme s'il s'agissait d'un bloc monolithique, il suffit de se promener dans un grand supermarché pour constater la diversité des produits. L'IPC de Statistique Canada regroupe 190 produits alimentaires, dont certains se comportent très différemment. Par exemple, les pâtes coûtaient 20 % plus cher en décembre 2022 qu'un an auparavant, mais le prix du porc frais et congelé avait baissé de presque 1 %.

Dans cette diversité de produits, certaines choses se vérifient généralement. Ainsi, plus un produit contient d'ingrédients, plus la part de l'agriculteur est faible et plus l'argent du consommateur va aux coûts de la main-d'œuvre. Par conséquent, plus un produit est complexe, plus il est probable que les coûts augmentent en raison de la hausse du coût de la main-d'œuvre.

Selon le programme de recherche de l'USDA sur le dollar consacré à l'alimentation, en 2021, en moyenne, la part qui allait à l'agriculture était d'environ 14,5 ¢, répartie à peu près également entre agriculteurs et entreprises agroalimentaires. Une étude canadienne publiée en 2015 a permis de déterminer l'étendue des écarts entre les produits. La part agricole du pain était d'environ 5 %, mais elle était de 50 % pour les légumes. Il convient de souligner que le chiffre de 7,4 ¢ pour la production agricole était le plus bas enregistré par l'USDA. La part du détaillant a également chuté en 2021.

L'analyse de l'USDA montre que les coûts de production agricole, de transformation des aliments et d'emballage ont tous diminué. Elle montre également que la part des coûts du commerce de gros des services alimentaires, de la comptabilité et de la publicité a augmenté au cours des 20 dernières années.

Nous n'avons tout simplement pas d'analyse crédible et significative aussi poussée au Canada. Il serait intéressant pour l'étude du Comité qu'une organisation comme Agriculture Canada, Statistique Canada ou le Bureau de la concurrence produise à cet égard des données aussi détaillées. Le Comité devrait envisager de recommander que le gouvernement du Canada fasse le nécessaire pour recueillir des données et effectuer une analyse aussi poussée qu'aux États-Unis et pour rendre publics les résultats de cette analyse.

Deuxièmement, l'inflation alimentaire n'a pas les mêmes effets sur tous les Canadiens. Elle a un caractère très régressif et touche les Canadiens à faible revenu plus durement que la plupart des autres. Selon un rapport publié en 2022 par l'Institut Angus Reid, plus de la moitié des répondants estiment qu'il est difficile ou très difficile de nourrir leur ménage. Mais ces chiffres variaient grandement selon le revenu. La proportion atteignait 71 % chez ceux qui gagnaient moins de 25 000 \$ par année alors qu'elle dépassait à peine 30 % chez ceux qui gagnaient plus de 150 000 \$.

La variation des réponses en fonction du revenu montre clairement que, en grande partie, l'insécurité alimentaire au Canada ne tient pas à un problème d'alimentation. Dans un rapport sur l'insécurité alimentaire des ménages au Canada, publié par le programme Proof de l'Université de Toronto, on peut lire: « Bien que l'insécurité alimentaire ait été initialement considérée comme un problème d'alimentation [...], il est devenu évident que la privation dont souffrent les ménages touchés par l'insécurité alimentaire ne se limite pas à l'alimentation. » En effet, les problèmes de revenu qui

sont à l'origine de l'insécurité alimentaire sont des problèmes de revenu et non des problèmes d'alimentation.

Enfin, il est important de situer ce qui se passe au Canada dans un contexte mondial. Bien que l'inflation récente ait continué de grimper au Canada, l'indice des prix des aliments de la FAO, organisation des Nations unies, a considérablement diminué par rapport au sommet atteint plus tôt cette année et il est maintenant comparable à ce qu'il était il y a un an. Malgré une baisse importante depuis février, l'indice demeure supérieur de 43 % à ce qu'il était en 2019. Au Canada, l'IPC de Statistique Canada pour les aliments n'a progressé que de 17 % au cours de la même période.

Tout comme l'inflation alimentaire frappe les Canadiens à faible revenu, les plus vulnérables de la planète sont aux prises avec cette hausse importante des prix. L'inflation alimentaire est une question importante, mais complexe. Il ne s'agit pas d'une seule question, mais d'un ensemble complexe de questions qui ont des répercussions les unes sur les autres. De meilleures données et une meilleure analyse mèneraient à un dialogue beaucoup plus éclairé. Elle touche aussi plus durement les Canadiens à faible revenu. Les politiques devraient viser ceux qui ont besoin d'aide.

Enfin, l'inflation alimentaire au Canada n'est pas un problème qui se manifeste en vase clos. Il est important de comprendre le contexte mondial.

• (1945)

Ce sont là trois modestes observations sur une question vaste et complexe. Je serai heureux de répondre à vos questions.

**Le président:** Merci, monsieur McCann.

Nous passons maintenant à Mme Robinson, de la Fédération canadienne de l'agriculture.

**Mme Mary Robinson (présidente, Fédération canadienne de l'agriculture):** Merci, monsieur le président.

Bonjour. Je m'appelle Mary Robinson. Je viens de l'Île-du-Prince-Édouard. J'y suis productrice et je préside la Fédération canadienne de l'agriculture.

La FCA est la plus grande organisation agricole générale du Canada. Nous représentons plus de 190 000 agriculteurs et familles agricoles partout au Canada. Nous et eux sommes au cœur du système agroalimentaire canadien, apportant au PIB du Canada un peu moins de 135 milliards de dollars.

Comme vous le savez, l'inflation alimentaire dépasse celle de tous les autres produits, et nous constatons que ces augmentations de prix se reflètent dans tous les secteurs, comme ceux des fruits frais, des légumes, des produits laitiers et des œufs, pour n'en nommer que quelques-uns. Cela illustre le fait que les agriculteurs ont vu leurs coûts nets augmenter considérablement au cours des dernières années, avec une forte hausse des dépenses en 2021 et 2022.

La hausse des coûts de production dans le secteur agricole est attribuable à plusieurs facteurs, notamment des intrants essentiels comme le carburant et les engrais, dont le prix a monté en flèche au cours de la dernière année. Selon Financement agricole Canada, « les coûts du carburant [ont] grimpé de plus de 80 % par rapport à leur niveau du premier trimestre de 2019 » et les coûts moyens des engrais et des aliments pour animaux ont presque doublé. De plus, les coûts de la machinerie, des pesticides et de la main-d'œuvre ont également progressé considérablement au cours de la même période.



Les agriculteurs n'ont pas de solutions de rechange à moindre coût pour remplacer ces intrants, dont l'absence a des répercussions dramatiques sur la productivité agricole et la sécurité alimentaire du Canada. Pour la plupart des agriculteurs du Canada, 2022 a été la campagne la plus coûteuse qu'ils aient jamais menée. Par conséquent, de nombreux agriculteurs doivent prendre des décisions difficiles. Ils se demandent s'il faut retarder les investissements susceptibles de rendre leur exploitation plus efficace et plus durable sur le plan environnemental, parce qu'ils n'ont tout simplement pas les marges bénéficiaires voulues.

En fin de compte, l'inflation suscite plusieurs défis pour les producteurs canadiens, qui sont des preneurs de prix sur les marchés mondiaux et qui sont soumis à des risques liés aux conditions météorologiques et climatiques qui échappent à notre contrôle.

Certaines mesures immédiates peuvent être prises pour réduire les répercussions possibles à court terme sur la production alimentaire canadienne.

Premièrement, nos membres sont très encouragés de voir progresser l'étude du projet de loi C-234, qui, dans les provinces assujetties à la tarification fédérale, exempterait de cette charge le gaz naturel et le propane utilisés dans les fermes pour sécher le grain et chauffer et rafraîchir les étables. Nous sommes ravis que le projet de loi soit en voie d'être adopté à l'étape de la troisième lecture à la Chambre des communes. Cela pourrait éliminer un autre coût que les agriculteurs ne devraient pas avoir à assumer et qu'ils ne peuvent pas répercuter.

Deuxièmement, selon Statistique Canada, le gouvernement fédéral a perçu 34 millions de dollars en revenus tarifaires sur les engrais importés au Canada en 2022. Nous croyons que le produit de ces droits tarifaires devrait être affecté aux programmes qui aident à atténuer certaines des répercussions de la hausse des coûts — par exemple, ceux des engrais et du carburant — et qui contribuent à renforcer la résilience du secteur agricole.

Enfin, en juillet 2021, les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux — les ministres FPT — ont réclamé un processus dirigé par l'industrie visant à améliorer la transparence, la prévisibilité et le respect des principes d'équité dans la relation fournisseur-détaillant. À la suite de cette annonce, un comité directeur composé de représentants de 10 groupes importants de parties prenantes, dont la Fédération canadienne de l'agriculture, a été formé pour faciliter et élaborer un code de conduite pour les marchés d'alimentation sous la conduite de l'industrie.

L'objectif du code est de favoriser la prospérité de l'industrie, de promouvoir la confiance, l'équité et la collaboration dans toute la chaîne de valeur, d'accroître la certitude commerciale et d'élaborer un processus de règlement des différends efficace et équitable. Même si nous ne cibons pas explicitement l'inflation alimentaire, nous croyons que le code contribuera à améliorer la dynamique de la chaîne d'approvisionnement, surtout lorsqu'un maillon de la chaîne d'approvisionnement assume indûment les coûts et les risques des pressions inflationnistes.

Nous avons été heureux de constater la réaction positive de la ministre à l'égard du plus récent rapport d'étape du comité, publié plus tôt cette année, et nous espérons que le gouvernement continuera d'appuyer cette initiative à l'approche de sa mise en œuvre.

Merci. Je serai heureuse de répondre à vos questions.

• (1950)

[Français]

**Le président:** Merci beaucoup, madame Robinson.

Nous nous tournons maintenant vers Mme Lefebvre, de l'Association des producteurs maraîchers du Québec.

Madame Lefebvre, vous avez la parole pour cinq minutes.

**Mme Catherine Lefebvre (présidente, Association des producteurs maraîchers du Québec):** Monsieur le président, mesdames et messieurs, bonsoir.

Les productrices et producteurs maraîchers du Québec sont d'avis que la sécurité alimentaire, qui inclut l'inflation des prix, devrait être reconnue comme une question importante par nos gouvernements. L'invasion de l'Ukraine, les pénuries de matière première et les hausses successives des taux d'intérêt ont contribué à augmenter nos coûts de production. Les maraîchers doivent payer davantage, mais cela ne se reflète pas de manière proportionnelle dans les prix de vente à la ferme.

Nous avons été surpris d'entendre un représentant d'une grande chaîne affirmer à cette tribune: « Nous avons un processus assez équitable pour déterminer si notre relation avec le fournisseur est équilibrée. » Si tel était le cas, pourquoi les ministres de l'Agriculture du pays ont-ils senti le besoin de créer de toutes pièces un code de conduite régissant les bonnes pratiques entre les épiciers et leurs fournisseurs?

Pour nous, les maraîchers, les prix de tout ce que nous achetons et de chaque matière première que nous utilisons pour faire pousser nos produits ont augmenté beaucoup plus rapidement que le montant que nous recevons pour ces mêmes produits. En effet, du montant que les consommateurs paient quand ils achètent leurs légumes, de moins en moins d'argent revient au maraîcher.

À titre d'exemple, cet été, à la fin de juin, le montant reçu par un producteur pour une seule pomme de laitue iceberg était de moins de 87 ¢. Le maraîcher se voyait en plus déduire de ce prix unitaire tous les frais imposés unilatéralement par le détaillant. Quelques heures plus tard, le consommateur payait, au rabais, 1,99 \$ pour la même pomme de laitue.

Permettez-nous d'être insistants: les maraîchers doivent composer avec une hausse fulgurante du prix des intrants, des coûts d'intérêt et des frais liés à l'application des lois et des règlements. Ils se battent chaque jour pour offrir des produits de qualité, et ils n'obtiennent pas toujours un rendement sur le capital investi à la hauteur des risques qu'ils prennent.

**M. Patrice Léger Bourgoïn (directeur général, Association des producteurs maraîchers du Québec):** Le professeur Charlebois a été clair lors de sa comparution devant le Comité. Je me permets de le citer: « [...] les rapports de force ne sont plus les mêmes au Canada. Vu l'oligopole qu'on retrouve dans ce domaine, les fournisseurs ont beaucoup de difficultés à négocier avec les grands de la distribution [...] ».

Imaginez la vie d'une petite entreprise familiale qui met sur le marché un produit périssable en quelques jours et qui doit négocier avec un nombre extrêmement restreint de clients brassant des affaires qui se chiffrent en milliards de dollars. Messieurs et mesdames les parlementaires, pensez-vous vraiment que le petit maraîcher a un grand pouvoir de négociation dans de tels cas? Au jeu de la carotte et du bâton, le maraîcher n'est jamais gagnant.

Plusieurs détaillants vous ont dit qu'ils exigeaient de nombreux justificatifs avant d'accorder une augmentation de prix à leurs fournisseurs — je peux affirmer qu'ils le font. Par contre, il faut se demander à qui les grandes chaînes doivent justifier l'augmentation des coûts de vente au détail sur une base régulière. La question mérite d'être posée.

Par ailleurs, la mondialisation des marchés a eu pour effet de consolider plusieurs activités liées aux fournisseurs d'intrants. Cette consolidation restreint l'accessibilité à des sources diversifiées d'approvisionnement ayant une incidence sur la hausse fulgurante des prix.

La chaîne d'approvisionnement maraîchère du pays est aussi aux prises avec un autre phénomène. En effet, les grands clients nationaux des maraîchers vont mettre en compétition des produits locaux et des produits d'importation. La réglementation locale, ici, au Canada, est beaucoup plus exigeante que celle du Mexique, pour ne citer que ce seul exemple. Dans ce contexte, il est impossible de soutenir les coûts de production de ces pays.

Il n'y a pas de solution facile pour mieux gérer l'inflation alimentaire, mais nous savons que, en tant que société, nous devons accorder une plus grande priorité à la sécurité alimentaire nationale. Je vais maintenant vous présenter quelques recommandations.

Premièrement, le code de conduite régissant les pratiques entre les fournisseurs et les détaillants n'abordera pas les mécanismes de fixation de prix de manière implicite. Il faut donc absolument se pencher sur la question en évaluant les effets pernicieux de la concentration des marchés.

Deuxièmement, nous ne pouvons plus parler des changements climatiques au futur, car ils sont là. En effet, les maraîchers les vivent au quotidien. L'été dernier, au Québec, des récoltes entières ont été ravagées par des invasions de pucerons en provenance des États-Unis, ce qui a fragilisé la résilience de la chaîne d'approvisionnement. Il faut donc mettre en place, dès maintenant, une stratégie nationale pour atténuer l'impact des changements climatiques.

Troisièmement, les maraîchers doivent pouvoir compétitionner à armes égales quant aux produits importés. L'équivalence et la réciprocité des normes doivent donc être appliquées de manière à sécuriser la chaîne d'approvisionnement locale.

Je vous remercie du temps que vous nous avez accordé.

• (1955)

**Le président:** Merci beaucoup.

Nous entamons maintenant le premier tour de questions.

Madame Rood, vous avez la parole pour six minutes.

[Traduction]

**Mme Lianne Rood:** Merci, monsieur le président.

Merci aux témoins d'être là.

Au cours de la dernière heure, le représentant d'une grande chaîne nous a parlé un peu de transparence.

Monsieur McCann, je vais vous poser la question suivante.

L'industrie a beaucoup parlé de transparence et d'opacité. Pouvez-vous nous en dire plus à ce sujet? Le Canada est-il aussi transparent que d'autres pays — disons notre voisin, les États-Unis — en

ce qui concerne les chaînes de valeur et les chaînes d'approvisionnement dans l'industrie alimentaire et agricole?

**M. Tyler McCann:** Comme c'est souvent le cas, il y a beaucoup de choses que nous ne savons pas au Canada, ou de l'information qui nous manque et qui est disponible aux États-Unis ou sur d'autres marchés dans le monde.

Le débat des deux dernières années, notamment sur cette question, a montré à quel point il y a place pour l'interprétation, à quel point il y a désaccord sur les faits, à quel point il est nécessaire de nous doter d'un ensemble plus rigoureux, convaincant et objectif d'analyses de l'évolution du coût des aliments.

Le problème ne se limite pas au commerce de détail. Il touche l'ensemble de la chaîne de valeur, où nous n'avons pas le même niveau d'information et de compréhension qu'aux États-Unis ou sur d'autres marchés. Par exemple, nous savons qu'au Canada, les cinq plus grandes chaînes d'alimentation ont à peu près la même part de marché que les 20 plus grandes aux États-Unis, mais une fois qu'on dépasse cette conclusion d'un haut niveau de généralité, il est difficile de vraiment comprendre ce qui pourrait se passer plus dans le détail.

Il est clair qu'il y a beaucoup de place pour accroître la transparence et l'information disponibles aujourd'hui.

**Mme Lianne Rood:** Merci beaucoup.

Je vais maintenant m'adresser à Mme Robinson ou peut-être à M. Ross. J'ai entendu de nombreux producteurs de l'industrie des fruits et légumes dire que les grandes chaînes d'alimentation leur imposent un certain nombre de frais ou différentes exigences. J'ai entendu dire qu'ils étaient assujettis à des frais de déchargement. Pour avoir le droit de livrer leurs marchandises à l'entrepôt de distribution centralisé, ils doivent payer des frais de déchargement des camions.

J'ai aussi entendu dire que, si un camion arrive en retard de 10 minutes, disons, une amende est imposée pour ce retard. Cependant, si le destinataire n'arrive pas à décharger le camion et le fait attendre pendant 12 heures, il y a quand même des frais. Nous avons aussi entendu parler d'agriculteurs qui se font imposer une amende si leur camion dépasse la limite de vitesse d'un kilomètre dans la cour du centre de distribution.

Nous avons entendu parler des frais de rejet de la marchandise. Si un chargement est refusé par celui qui le reçoit au centre de distribution, alors l'agriculteur qui... Soyons clairs: aucun agriculteur ne veut envoyer un produit périssable à un centre de distribution pour qu'il soit rejeté et retourné à sa ferme, ni assumer les frais de transport pour le récupérer. Des frais de rejet sont également facturés si le chargement est rejeté. Cela s'ajoute aux rabais ou aux rétrofacturations que doivent accepter les agriculteurs qui paient pour obtenir et garder le droit à un numéro de fournisseur auprès de la chaîne de marchés d'alimentation.

Avez-vous entendu dire que ce genre de chose arrive aux producteurs canadiens?

Peut-être que tout cela nous ramène à ce dont nous discutons et à ce dont je parle depuis l'automne 2020: nous avons besoin d'un code de conduite pour les marchés d'alimentation au Canada afin de protéger les producteurs et de garder les exploitations agricoles familiales en activité. J'ai peur de ce que l'avenir nous réserve dans 15 ans si nous n'avons plus d'exploitations familiales qui produisent des produits de grande qualité au Canada.

Qu'en pensez-vous?

**Mme Mary Robinson:** La réponse courte est affirmative. La réponse longue...

Monsieur Ross, voulez-vous répondre?

**M. Scott Ross (directeur exécutif, Fédération canadienne de l'agriculture):** À bien des égards, au sujet de tous les frais que vous avez évoqués, nous avons entendu des témoignages anecdotiques de producteurs de partout au Canada qui nous ont dit que cela se produisait dans tel ou tel cas.

Pour répondre à votre question sur la transparence, les agriculteurs n'ont certainement pas l'impression de comprendre comment les droits sont calculés ni comment ils sont perçus. C'est certainement une chose que nous examinons au gré de l'élaboration d'un code de conduite comme mesure pour améliorer la transparence dans la chaîne d'approvisionnement.

Je peux témoigner du fait que l'un des motifs d'exaspération qui reviennent sans cesse, c'est que les agriculteurs ne comprennent pas ce qui se cache derrière les calculs des frais qui sont déduits du prix versé. Il n'y a pas nécessairement de liste détaillée de ces frais. Les agriculteurs nous répètent sans cesse qu'il y a un manque fondamental de transparence.

• (2000)

**Mme Lianne Rood:** Si nous nous engageons, ce qui est déjà chose faite, dans l'élaboration d'un code de conduite pour les marchés d'alimentation, en quoi cela serait-il avantageux pour les agriculteurs? Je souligne que, à ma connaissance, il n'y a pas d'autre pays sur cette planète, que ce soit les États-Unis, certains de nos plus importants partenaires commerciaux en Europe, ou le Mexique, où on impose ce genre de frais aux agriculteurs qui vendent leurs produits aux marchés d'alimentation.

Lorsque le grand public voit des pratiques comme celles-là et apprend qu'aucune autre industrie n'a ce genre de pratiques à l'exception du Canada, en particulier dans le secteur de l'alimentation, en tant que non initié, tout ce qu'il voit est énorme: de voraces géants de l'alimentation qui se remplissent les poches avec des profits records au détriment des familles agricoles canadiennes et des producteurs, qui cherchent simplement à nourrir les Canadiens et le monde entier.

**M. Scott Ross:** Le code de conduite est évidemment toujours en voie d'élaboration. Comme vous le savez, certaines des discussions en cours à ce sujet sont toujours de nature confidentielle, mais je dirais que, indéniablement, la transparence est l'un des principes fondamentaux de ce que nous essayons d'instaurer. L'idée est de mettre tout le monde sur la même longueur d'onde quant à ce qui constitue une pratique acceptable dans l'industrie en matière d'équité pour l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Ainsi, je pense que l'un des éléments essentiels, selon les constatations que j'ai pu faire moi-même au cours de l'élaboration du code, est l'instauration d'un climat de confiance dans toute la chaîne d'approvisionnement. Sans cette confiance, un code ne donnera rien.

En fait, pour commencer, je dirais qu'un code de conduite est un processus itératif. Il ne permettra pas de régler du jour au lendemain tous les problèmes de la chaîne d'approvisionnement. Il établit un cadre à partir duquel nous pouvons commencer à favoriser une plus grande transparence, une plus grande certitude en matière de contrats, l'instauration réelle des principes de traitement équitable et une conception commune de ce que cela signifie en termes précis dans l'ensemble de l'industrie.

De mon point de vue, voilà l'intérêt d'un code dans cette discussion.

**Mme Lianne Rood:** Merci beaucoup.

Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci, monsieur Ross et madame Rood.

À vous, monsieur Drouin.

**M. Francis Drouin:** Merci, monsieur le président.

Je remercie tous les témoins présents.

[Français]

J'inclus mes amis du Québec qui sont avec nous aujourd'hui.

Je tiens à remercier tout le monde de prendre le temps de comparaître devant le Comité, en particulier un lundi, à 19 h 30. Je sais que c'est tout un début de semaine.

[Traduction]

Je vais commencer par M. McCann et l'Institut canadien des politiques agroalimentaires.

Vous avez parlé de l'importance de la collecte de données. Avez-vous eu ces conversations avec Statistique Canada et d'autres qui essaient de recueillir des données? Je serais curieux de savoir ce qu'ils disent au sujet de leur capacité limitée ou peut-être de certains des obstacles auxquels ils font face pour recueillir des données par rapport à ce que fait le département de l'Agriculture des États-Unis, ou l'USDA, au sud de notre frontière.

**M. Tyler McCann:** Lorsqu'il s'agit d'un éventail de points de données dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement agricole, les États-Unis ont plus de pouvoirs que nous au Canada pour recueillir et exiger des données. Ils disposent également de plus de ressources pour en effectuer une analyse significative.

Statistique Canada déploie des efforts pour faire une analyse en fonction de l'information à sa disposition, mais je pense que cela laisse souvent à désirer. Si vous regardez ce que le service de recherche économique du département de l'Agriculture des États-Unis est en mesure de produire et l'information qu'il est en mesure de mettre en lumière, en tirant parti des données publiques, il dépasse de loin ce qui est disponible au Canada. La différence entre ce que produit leur département de l'Agriculture et ce que produit notre ministère est très nette. Je pense qu'il est de plus en plus clair, si vous regardez comment ce débat s'est déroulé au sujet de l'inflation alimentaire et de ses facteurs, que nous n'avons tout simplement pas cette information.

Il y en a une partie, et les ministères pourraient mieux y accéder et en tirer parti s'ils l'examinaient, mais nous avons la possibilité d'en faire plus pour exiger plus de renseignements.

**M. Francis Drouin:** Oui. Évidemment, les États-Unis sont un pays de plus de 330 millions d'habitants, et nous en comptons 38,5 millions. Nous sommes une puissance agricole, mais sachant que nos ressources sont limitées, avez-vous fait une proposition à Statistique Canada — je sais que vous faites beaucoup de recherche dans le secteur agricole — pour l'aider à combler ces lacunes? Connaissez-vous d'autres organisations qui ont fait une proposition pour combler ces lacunes, ou...?

**M. Tyler McCann:** Ce n'est pas une proposition que nous avons faite, et je ne connais pas d'autres organisations qui en auraient fait. Il est juste de dire que le département de l'Agriculture des États-Unis y consacre des ressources importantes, mais le gouvernement doit décider ce qu'il veut faire et comment il doit investir ses ressources. Je pense que la réalisation d'une analyse publique, crédible et objective est une bonne façon pour le gouvernement d'investir les ressources dont il dispose.

● (2005)

**M. Francis Drouin:** Excellent. Merci.

Je m'adresse maintenant à la présidente de la Fédération canadienne de l'agriculture.

Comme on l'a déjà mentionné ici, M. Sylvain Charlebois pointe souvent du doigt la gestion de l'offre et dit, en ce qui concerne les producteurs laitiers et les producteurs d'œufs, que c'est tellement cher au Canada comparativement à nos homologues américains. Nous apprenons maintenant que l'achat d'un carton d'œufs en Floride, en Californie ou au Texas coûte beaucoup plus cher que l'achat d'une boîte d'œufs au Canada.

Pourriez-vous nous parler de cet aspect, où l'inflation alimentaire n'est pas nécessairement liée à la gestion de l'offre, comme certains, ou un professeur, pourraient en témoigner devant notre comité et publiquement?

**Mme Mary Robinson:** Je vous remercie de la question.

Je ne suis certainement pas professeure. Je suis agricultrice. C'est une excellente comparaison, car je pense qu'elle met vraiment en évidence le fait que la stabilité engendre la résilience. J'aurais dû dire dans ma déclaration préliminaire que le coût de production des œufs a augmenté de 13,8 %. Je pense que cela souligne davantage l'argument de M. McCann selon lequel nous devons approfondir la question et vraiment obtenir des renseignements sur les prix qui nous permettraient de répondre à cette question.

**M. Francis Drouin:** Je suis heureux de vous entendre mentionner dans votre déclaration préliminaire que le gouvernement a perçu 34,1 millions de dollars en droits de douane sur les engrais. Je sais que nous travaillons avec vos secteurs et diverses autres organisations pour que les organisations agricoles en profitent d'une façon ou d'une autre. Nous espérons obtenir bientôt un résultat positif.

Nous savons que le prix des engrais a grimpé en flèche avant la guerre en Ukraine. En décembre 2021, je recevais déjà des appels d'agriculteurs qui essayaient de comptabiliser ces intrants agricoles précis.

Le gouvernement a réagi en augmentant la portion sans intérêt du programme de paiements anticipés. Je sais que nous sommes passés de 100 000 à 250 000 \$. Les agriculteurs y ont-ils recours? Est-ce une bonne nouvelle pour les agriculteurs? Est-ce qu'ils voient cela comme une bonne nouvelle pour les aider à réduire une partie de leur flux de trésorerie à cause de l'augmentation des intrants?

**Mme Mary Robinson:** Je crois que oui. Je vais laisser M. Ross terminer.

L'agriculture, pour beaucoup de gens, est un secteur très important. Ces chiffres... Ce que nous avons constaté dans le cas de la gestion des risques de l'entreprise, ou GRE, par exemple, c'est que nous n'avons même pas suivi le coût de l'inflation avec le financement de notre série de programmes de gestion des risques de l'en-

treprise. Du point de vue du producteur, ces chiffres pourraient toujours être plus élevés. À mesure que l'inflation s'accroît, cet argent devient de plus en plus précieux pour les producteurs.

Monsieur Ross, voulez-vous...?

**M. Scott Ross:** L'augmentation de la portion sans intérêt du programme de paiements anticipés est depuis longtemps dans notre intérêt, et nous en sommes très heureux. Nous espérons que cela deviendra permanent, tout en reconnaissant que ces pressions inflationnistes auront des répercussions à long terme.

En ce qui concerne les engrais de façon plus générale, lorsque nous examinons l'ampleur des augmentations de prix, l'une des choses que nous allons préconiser dorénavant, c'est une analyse critique de la stratégie des intrants sur ce qui se passe dans ce domaine. Une autre chose consiste à examiner non seulement ce qui se passe aujourd'hui, mais aussi ce que nous réserve l'avenir au moment où nous nous approchons d'un monde où la rareté des intrants est une réalité que nous n'avons jamais vraiment eue à vivre auparavant.

**Le président:** Merci, monsieur Ross.

Merci, monsieur Drouin.

Nous allons passer à M. Perron, pour six minutes.

[Français]

**M. Yves Perron:** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être tous en personne avec nous. C'est très agréable.

Il y a beaucoup de choses dont j'aimerais discuter.

Madame Lefebvre ou monsieur Bourgoïn, vous avez dit tantôt que les maraîchers paient les intrants beaucoup plus cher qu'auparavant et que cela ne se reflète pas dans leurs revenus ni dans leurs prix de vente. Or, l'intervenant précédent semblait nous dire que le prix de vente était négocié. J'aimerais que vous m'expliquiez la façon dont ce prix est fixé.

Comment se passe la négociation d'un prix de vente avec un épicer?

**Mme Catherine Lefebvre:** Premièrement, les négociations se font longtemps à l'avance. On parle de mois à l'avance. Connaître le prix courant d'un produit au moment opportun en fonction du moment où la circulaire va paraître, c'est comme lire dans une boule de cristal.

La négociation se fait avec deux ou trois fournisseurs en même temps pour le même produit. Peu importe le prix qui va sortir de la boîte à surprises, c'est le moins offrant qui va obtenir la commande. Si le plus offrant veut obtenir la commande, il va devoir baisser son prix au même niveau que celui du moins offrant, sinon la totalité de la commande ira au meilleur offrant. Cependant, la production est établie en fonction d'un contrat initial qui a été approuvé par les deux parties, tant le producteur que la chaîne de supermarchés.

Si la chaîne de supermarchés fait produire, disons, 10 000 boîtes de laitues par semaine et qu'elle n'en prend que 2 000, on ne sait pas quoi faire avec les 8 000 boîtes de laitues qui restent. On préfère alors vendre au rabais que de laisser les laitues aux champs et les jeter.

Selon moi, la négociation n'est pas bilatérale. C'est toujours le plus fort ou le prix le plus bas qui l'emporte. C'est vraiment ainsi que cela se passe.

• (2010)

**M. Yves Perron:** Je comprends que le rapport de force est inéquitable, d'où l'importance d'un code de conduite. Vous en avez parlé dans votre introduction.

Je crois que M. Bourgoïn a dit que le code de conduite ne toucherait pas la fixation des prix. Or, il est question d'intervenir en matière de négociations.

Pouvez-vous préciser votre pensée et nous dire ce qu'il faudrait alors faire?

**M. Patrice Léger Bourgoïn:** Je pense sincèrement que le Bureau de la concurrence a un travail de réflexion à faire sur la manière dont les négociations ont cours entre les fournisseurs et les grandes chaînes de supermarchés.

**M. Yves Perron:** En feriez-vous une recommandation?

**M. Patrice Léger Bourgoïn:** Effectivement, j'en ferais une recommandation.

**M. Yves Perron:** Je vois.

**M. Patrice Léger Bourgoïn:** Cinq grandes chaînes se partagent environ 80 % du marché au Canada, alors qu'il y a 2 000 maraîchers seulement au Québec. Les grands joueurs du secteur de l'alimentation — j'inclus également les grossistes — ont l'embaras du choix pour faire descendre les prix, à un point tel que le maraîcher a de la difficulté à obtenir un prix de vente à la ferme qui lui permet de gagner décemment sa vie.

**M. Yves Perron:** Selon ce que je comprends, vous gagnez parfois moins de revenus pour un produit qu'il y a un ou deux ans.

Est-ce que je comprends bien?

**Mme Catherine Lefebvre:** Je vais vous donner un exemple concret. En 2022, à la ferme, la moyenne du prix de vente d'une boîte de choux verts de 50 livres était de moins de 16 \$ la boîte, soit moins de 30 ¢ la livre. Le meilleur solde de cette année à l'épicerie était de 99 ¢ la livre, trois fois le prix obtenu par le producteur. Le prix normal pour un chou varie de 1,49 \$ à 1,79 \$ la livre, ce qui est cinq à six fois supérieur au prix que le producteur peut obtenir pour son travail.

**M. Yves Perron:** Je demandais un peu plus tôt à M. Thibault d'expliquer ce qui se passait entre la production et la vente au détail. Le producteur est un preneur de prix, en quelque sorte, mais il ne réalise pas de profits même si, au bout du compte, les produits se vendent beaucoup plus cher.

Comment expliquez-vous cela?

**Mme Catherine Lefebvre:** Je ne peux pas vous l'expliquer. Je ne sais pas à quelle étape les prix augmentent. Je sais juste que le producteur a peine à survivre.

**M. Yves Perron:** Il faut qu'il se passe quelque chose dans ce secteur. Vous n'allez pas survivre des années de cette façon.

**Mme Catherine Lefebvre:** Effectivement.

Comme M. Léger Bourgoïn l'a dit plus tôt, la réciprocité des normes a aussi un effet négatif. Il est difficile pour nous, quand arrive le printemps et que nous sortons nos premières récoltes d'été, de concurrencer les marchés américains, mexicains ou d'ailleurs, car ils ont des prix encore plus bas que les nôtres. Les normes et les

règles, environnementales ou autres, que doivent respecter les producteurs au Canada n'existent pas dans plusieurs autres pays. Nous avons davantage de frais à assumer que bien des producteurs étrangers.

**M. Yves Perron:** Les épiciers nous disent qu'ils favorisent les produits locaux, mais vous êtes en train de me dire que ce n'est pas nécessairement vrai.

Les favorisent-ils en les mettant d'abord en concurrence avec les produits internationaux?

Est-ce que je comprends bien?

**Mme Catherine Lefebvre:** Nous l'avons vécu en début de saison, au mois de juin, quand les oignons verts sont sortis. Le prix des oignons verts cultivés en serre et par repiquage était à un certain coût. Le coût de la récolte seulement, sans parler des intrants de production mis au champ, était inférieur au prix offert par les chaînes. Les producteurs n'ont même pas été capables de récolter. Ils ont laissé leurs produits au champ.

**M. Patrice Léger Bourgoïn:** Je vais vous donner un autre exemple, celui des asperges fraîches.

Lorsque les asperges fraîches du Québec arrivaient en épicerie dans les années passées, on favorisait les produits du Québec. Cette année, on a mis les asperges du Québec en concurrence avec des asperges provenant de l'Amérique latine. De manière purement comparable, il est impossible, pour un producteur québécois, compte tenu de la réglementation environnementale et des lois du travail, de rivaliser avec les coûts de production des pays d'Amérique latine.

• (2015)

**Le président:** Je vous remercie, monsieur Perron, monsieur Léger Bourgoïn et madame Lefebvre.

Monsieur MacGregor, vous avez maintenant la parole pour six minutes.

[Traduction]

**M. Alistair MacGregor:** Merci, monsieur le président.

Je remercie nos témoins de nous avoir présenté un exposé très utile et de nous avoir donné un aperçu de l'autre aspect de l'équation. Je pense que nous avons abordé cette étude du point de vue du consommateur, mais il est également très important que nous entendions nos transformateurs et nos producteurs, parce que vous avez très bien décrit les défis auxquels vous avez fait face dans vos relations avec les grands détaillants.

J'aimerais adresser ma première question à la Fédération canadienne de l'agriculture.

Je comprends que les conversations sur le code de conduite sont confidentielles. Cependant, dans un monde idéal, qu'est-ce que la FCA aimerait voir comme produit final?

Je sais que vous l'avez déjà dit au Comité, mais aux fins de notre étude, je pense qu'il serait bon que votre réponse figure de nouveau au compte rendu. Plus précisément, je cherche des détails sur le suivi pour m'assurer que les objectifs du code sont respectés et qu'il y a un niveau de transparence. Autrement dit, quel est le rôle du gouvernement dans ce processus pour s'assurer que le code est respecté honorairement? Dans un monde idéal, que souhaite la FCA?

**M. Scott Ross:** Je pense que le point de départ pour la FCA a toujours été que n'importe quel code de conduite doit être obligatoire et exécutoire. Je pense que cela peut signifier différentes choses selon les situations. Il n'y a pas d'approche normative de ce à quoi cela ressemble nécessairement dans la pratique. Cependant, je pense que le gouvernement a un rôle essentiel à jouer pour s'assurer qu'il atteint ce seuil. Je pense que lorsque nous commençons à examiner les pratiques des grands détaillants, il s'agit de s'assurer que les grands détaillants sont assujettis à ce code et en respectent les règles.

À notre avis, sans entrer dans les détails du code lui-même, l'essentiel est qu'il y ait reddition de comptes à l'égard des dispositions commerciales énoncées dans le code de conduite et qu'il a suffisamment de mordant et de force exécutoire pour s'assurer que ces dispositions sont respectées. Du point de vue du gouvernement, la mesure dans laquelle il doit jouer un rôle actif est en fait une question de réalité dès que nous avons un code de conduite dans la pratique et ce à quoi cela ressemble.

Il reste à déterminer le mécanisme, mais je pense que, d'un point de départ fondamental, il s'agit de s'assurer que tous les intervenants clés respectent le code et ses règles et qu'il y a reddition de comptes à l'égard de ces règles.

**M. Alistair MacGregor:** Merci. Je vous remercie de l'avoir redit publiquement.

Je remercie également l'Association des producteurs du Québec d'être parmi nous.

Nous avons entendu très clairement la référence au terme « oligopole » et à la concentration du pouvoir entre les mains de quelques épiciers. Nous avons entendu des témoignages sur ce que de nombreux producteurs aimeraient voir dans un code de conduite.

On a aussi mis l'accent sur l'existence du Bureau de la concurrence du Canada. À l'heure actuelle, à peu près au moment où on a annoncé que nous allions faire notre enquête, le Bureau de la concurrence a également annoncé qu'il allait mener une enquête. Elle se limite uniquement aux données accessibles au public. Ce n'est pas vraiment une enquête; je pense qu'on appelle cela une étude. Le Bureau de la concurrence du Canada ne peut pas contraindre des témoins à comparaître. Nous savons également qu'il a eu, comme lors d'autres enquêtes antérieures, de la difficulté au niveau des ressources et des délais.

Votre association a-t-elle des commentaires à faire sur le rôle du Bureau de la concurrence du Canada? Que voudriez-vous que le Comité recommande pour éventuellement renforcer ce système? A-t-il besoin d'un mandat élargi, etc.?

[Français]

**M. Patrice Léger Bourgoïn:** Prenons l'exemple de la Commission fédérale du commerce, aux États-Unis, qui est l'équivalent du Bureau de la concurrence au Canada. Elle mène régulièrement des enquêtes sur la manière dont le peuple américain a accès à des produits dans un cadre de compétitivité sain.

Le plus bel exemple que l'on a actuellement est la tentative de la société Kroger d'acquiescer Albertsons, qui est une chaîne somme toute mineure aux États-Unis. La Commission fédérale du commerce américaine pose énormément de questions sur la manière dont sera garanti aux Américains un accès à des produits d'alimentation à un prix compétitif et dans un cadre où les épiciers ne pourront pas tirer profit d'une concentration de l'industrie.

Je crois qu'au Canada, nous devons avoir le même genre de réflexion et adopter le même genre d'approche.

● (2020)

[Traduction]

**M. Alistair MacGregor:** Merci.

Ma dernière question s'adresse à la FCA.

Nous savons que le nouveau Partenariat canadien pour l'agriculture entrera en vigueur en avril. L'an dernier, le gouvernement fédéral et les provinces ont annoncé l'entente de principe, etc. Cependant, c'est probablement un euphémisme que de dire que 2022 a été une année marquée par beaucoup de changements et de conditions changeantes. Vous avez très bien décrit les nombreux défis auxquels les agriculteurs doivent faire face — 2022 étant l'année la plus coûteuse pour ensemer, et ce depuis toujours.

Avez-vous l'impression que le prochain cadre quinquennal est suffisamment souple pour vous permettre de réagir, compte tenu de ce que vous avez vu au cours de la dernière année seulement?

**M. Scott Ross:** Avec l'annonce du Partenariat canadien pour l'agriculture durable, nous voyons un accord de très haut niveau. Les détails des programmes sont encore en cours d'élaboration à bien des égards. La capacité d'adaptation de ces programmes reste à voir. Je pense que cette structure et la nature d'une entente FPT comme celle-là peuvent fournir des outils souples et adaptables. Nous espérons sincèrement qu'à mesure que des situations comme celle-ci évolueront, ils examineront la question de très près.

À notre avis, il est très important d'examiner de plus près — comme je l'ai dit dans ma réponse précédente — le prix, la rareté des intrants et la façon dont nous, comme industrie, faisons face à cette nouvelle réalité, parce qu'il s'agit d'une toute nouvelle réalité pour de nombreux producteurs partout au Canada.

**Le président:** Merci, monsieur MacGregor.

Merci, monsieur Ross.

Chers collègues, nous sommes un peu pressés par le temps. Je vais donner quatre minutes aux conservateurs, quatre minutes aux libéraux, deux minutes au Bloc et deux minutes au NPD. Si vous êtes à trois minutes et demie, ne pensez pas que vous allez pouvoir prolonger votre temps en posant une question plus longue, parce que je vais être strict.

Je vous regarde, monsieur Lehoux.

**M. Richard Lehoux:** Oh, oh!

**Le président:** Je ne vous vise pas en particulier. Tout le monde le fait, mais c'est vous qui avez le micro, alors ne me mettez pas à l'épreuve. Je vous cède la parole. Vous avez quatre minutes.

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être avec nous.

Madame Robinson, vous avez fait trois propositions d'entrée de jeu. Vous avez parlé des 34 millions de dollars en recettes douanières concernant les engrais. Je note que nous ne savons pas s'il s'agit de 33 ou de 34 millions de dollars ni quel chiffre il faut croire.

Comment voulez-vous que cet argent soit réparti? J'imagine que vous avez déjà fait valoir votre point de vue auprès des personnes visées.

N'est-ce pas?

[Traduction]

**Mme Mary Robinson:** Oui, en effet. Nous avons demandé que cet argent revienne aux producteurs, afin de leur permettre d'investir dans la technologie et d'améliorer la durabilité de nos systèmes de production.

Ce qui est très important, c'est que nous savons maintenant que les eaux sont troubles — envoyer l'argent directement aux producteurs. Nous essayons de trouver un moyen de faire en sorte que la grande partie de cet argent revienne aux producteurs d'une façon ou d'une autre, afin qu'il serve à quelque chose pour le plus grand bien.

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Cette réponse me convient.

Vous avez dit « la grande partie ». Je souhaite ardemment que la totalité de la somme soit retournée aux producteurs, parce que ce sont eux qui l'ont payée.

J'aimerais poser une question à Mme Lefebvre ou à M. Léger Bourgoin.

Vous avez parlé de réciprocité des normes. C'est un sujet qui m'interpelle beaucoup depuis que je suis au Comité. Il faudrait que certaines choses changent très rapidement. Comment voyez-vous cela? J'ai très bien compris que vos produits ne pouvaient pas concurrencer ceux qui viennent d'Amérique latine.

Que proposez-vous pour que cette réciprocité des normes soit respectée, et avec quelle rapidité cela doit-il se faire? Votre association a sûrement dû en discuter avec le ministère.

**Mme Catherine Lefebvre:** Premièrement, il devrait certainement y avoir un plus grand nombre d'inspections aléatoires à la douane. On nous a déjà mentionné qu'on effectuait un total de 1 200 inspections par année. Compte tenu de la quantité de produits qui franchit la frontière, on s'entend pour dire que ce chiffre est en deçà de nos espérances.

Ne serait-ce que pour les analyses de résidus de pesticides, nos normes sont souvent les plus dures à battre. Juste en assurant la réciprocité des normes relativement aux pesticides, nous aurions beaucoup moins de problèmes quant à la réciprocité, et ce serait aussi bien plus profitable pour tous les consommateurs. Ces normes ont été établies pour une raison précise.

**M. Richard Lehoux:** Je suis content de vous entendre le dire. Si les normes qui sont imposées ici aux producteurs québécois et canadiens étaient respectées ailleurs, nous ne verrions probablement pas les mêmes prix quand ces produits arriveraient sur les tablettes de nos épiceries.

L'Agence canadienne d'inspection des aliments manque tout simplement d'inspecteurs pour surveiller nos frontières. C'est ce que je comprends.

• (2025)

**Mme Catherine Lefebvre:** Il en manque à nos frontières à nous, et non ailleurs.

**M. Richard Lehoux:** Oui, bien sûr. À nos frontières, il manque vraiment de personnel.

Nous avons déjà posé cette question, ici, au Comité, à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, et on nous a répondu qu'une cargaison sur dix était vérifiée. Cela veut dire que neuf cargaisons franchissent la frontière sans être vérifiées.

**Mme Catherine Lefebvre:** C'est tout à fait cela. Le nombre d'inspections, soit 1 200 par année, nous a été fourni par un agent de l'Agence canadienne d'inspection des aliments lors d'une conférence.

**M. Richard Lehoux:** D'accord, merci.

Madame Robinson, je vais vous poser une question sur le code de conduite. Nous savons que c'est confidentiel, mais il faudrait peut-être que cela finisse par aboutir.

Pouvez-vous nous donner une idée de l'échéance?

[Traduction]

**M. Scott Ross:** Je peux en parler puisque je participe plus directement à ce processus.

Nous approchons de l'étape où nous aurons un code de conduite à présenter qui en est presque à la mise en œuvre. Il est très difficile de dire avec certitude combien de temps prendra la mise en œuvre d'un code.

Nous menons également d'autres consultations auprès des parties prenantes pour nous assurer qu'il répond aux attentes de tous les producteurs et parties prenantes de la chaîne d'approvisionnement. Je pense que nous en sommes aux dernières étapes de l'élaboration du code et que nous amorcerons très bientôt une phase de consultation et de mise en œuvre.

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Lehoux et monsieur Ross.

Nous allons passer à M. Turnbull, pour quatre minutes.

**M. Ryan Turnbull (Whitby, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Merci à tous nos témoins d'être venus aujourd'hui. Nous vous sommes très reconnaissants de votre présence et de vos témoignages.

J'aimerais vous poser une série de questions plus courtes. Il me semble, d'après ce que nous avons entendu, que les agriculteurs sont dans un étai. Ils sont pressés des deux côtés. D'une part, le coût des intrants augmente, ce qui est indépendant de leur volonté. D'autre part, ils sont dépassés par un oligopole de détaillants qui font baisser leur prix.

Les agriculteurs obtiennent-ils une juste valeur pour ce qu'ils produisent? Pouvez-vous donner des réponses simples et directes?

Madame Lefebvre.

[Français]

**Mme Catherine Lefebvre:** Non, ils n'obtiennent pas un prix juste. Les coûts de production des légumes dans n'importe quel autre pays ne sont rien par rapport aux nôtres.

[Traduction]

**M. Ryan Turnbull:** Madame Robinson, qu'en pensez-vous? Les agriculteurs obtiennent-ils une juste valeur pour leur produit?

**Mme Mary Robinson:** C'est un secteur très vaste. Il y a beaucoup de créneaux et beaucoup de variété dans les produits. Un bon exemple serait celui des produits laitiers et du beurre, où le beurre s'est vendu à un prix inférieur au coût de production l'année dernière.

Il y a assurément des agriculteurs qui n'obtiennent pas cela.

**M. Ryan Turnbull:** Permettez-moi de vous poser une question légèrement différente.

La consolidation au sein de l'industrie de la vente au détail vous préoccupe-t-elle en ce qui concerne le prix que les agriculteurs obtiennent pour leurs produits?

**Mme Mary Robinson:** Oui.

**M. Ryan Turnbull:** Est-ce que les augmentations de prix que les Canadiens subissent actuellement à l'épicerie peuvent être réduites à l'augmentation du coût des intrants, du transport et de la main-d'œuvre dont nous avons entendu parler — et nous reconnaissons qu'ils sont tous là — ou y a-t-il une marge supplémentaire de profit quelque part dans la chaîne d'approvisionnement, c'est-à-dire peut-être pas pour les agriculteurs?

Soupçonnez-vous que des profits sont ajoutés le long de la chaîne d'approvisionnement, madame Robinson?

**Mme Mary Robinson:** Je dirais que tous les maillons de la chaîne ont des coûts qui ont augmenté. Je pense en particulier au prix du diesel dans le secteur du camionnage.

Il est très difficile de répondre à cette question. Cela nous ramène à ce que disait M. McCann: nous avons besoin de plus de renseignements pour pouvoir répondre avec exactitude à cette question.

**M. Ryan Turnbull:** Merci.

Monsieur McCann, avez-vous quelque chose à ajouter à ce sujet? Je pense que certains de nos détaillants ont également une intégration verticale. Ils sont propriétaires de plusieurs étapes de la chaîne d'approvisionnement et, par conséquent, ils sont en mesure de maximiser les profits et ne sont peut-être pas aussi transparents qu'ils pourraient l'être. Comme vous l'avez dit, aux États-Unis, ils sont obligés de fournir plus de données.

Est-ce que cela fait partie du défi dans notre cas? Est-ce parce que nous avons à la fois de longues chaînes d'approvisionnement et l'intégration verticale pour certains de nos détaillants? Qu'en pensez-vous?

**M. Tyler McCann:** Encore une fois, à propos de ce qui vient d'être dit, l'alimentation est un système très diversifié, alors cela dépend vraiment du produit et de son degré d'intégration.

Je pense qu'il est important de souligner que le profit dans le système alimentaire n'est pas une mauvaise chose. C'est grâce à leurs profits que les agriculteurs peuvent investir. Grâce à leurs profits, les camionneurs peuvent investir dans de l'équipement potentiellement nouveau et plus écoénergétique.

Nous devons comprendre qu'il faut mettre en place les bons mécanismes pour permettre à tous les maillons de la chaîne de valeur d'avoir un revenu équitable, mais aussi qu'il y a les bonnes forces en jeu pour s'assurer que ce n'est pas excessif.

**M. Ryan Turnbull:** Comprenez-moi bien. Je ne dis pas que le profit est nécessairement une mauvaise chose. Il l'est seulement lorsque c'est au détriment de l'intérêt public. Je pense que c'est là qu'il faut tracer la ligne.

Ce qui m'intéresse, cependant, c'est qu'il y a des profits le long de la chaîne d'approvisionnement.

Madame Robinson, dans votre déclaration préliminaire, vous avez parlé d'un lien qui pourrait peut-être supporter une plus grande part du fardeau des coûts supplémentaires que nous observons actuellement. À qui faisiez-vous référence?

• (2030)

**Mme Mary Robinson:** Aux agriculteurs.

**M. Ryan Turnbull:** Merci beaucoup.

**Le président:** Monsieur Turnbull, c'était parfait. Vous avez terminé juste à temps.

Nous avons M. Perron pour deux minutes, s'il vous plaît — pas plus.

[Français]

**M. Yves Perron:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Léger Bourgoin, Madame Lefebvre, vous avez mentionné plus tôt que le code de conduite n'intervenait pas dans le processus de fixation des prix. Cependant, nous avons clairement constaté, ici, un problème en ce qui concerne la fixation des prix. Le code de conduite ne devrait donc pas être la fin, mais le début de quelque chose. C'est ce que j'ai compris.

Comment faire pour renforcer la position du producteur dans la chaîne d'alimentation, sur le marché?

**M. Patrice Léger Bourgoin:** Un peu comme l'a dit M. Ross plus tôt, il faut être prudent quant à ce que nous allons affirmer en raison des ententes de confidentialité. Disons que, l'objectif, c'est d'assainir les relations entre les fournisseurs et les grandes chaînes. Au cours de la négociation, je pense que tout le monde a démontré beaucoup de bonne foi pour ce qui est d'assainir ces relations.

Il faut dire également que les attentes sont extrêmement grandes. Le code de conduite est un début. L'une des voies pour atteindre ses objectifs serait de faire un sérieux travail de réflexion, après 18 à 24 mois, pour savoir si les échanges ayant conduit à son élaboration donnent les résultats escomptés. Il sera extrêmement important de faire cet exercice pour s'assurer que le code de conduite atteint la prochaine étape après cette période de 18 à 24 mois.

**M. Yves Perron:** Merci beaucoup.

Madame Robinson, que faire pour renforcer la position du producteur dans la chaîne, sur le marché?

[Traduction]

**Mme Mary Robinson:** Comment pouvons-nous affirmer notre position sur le marché...?

[Français]

**M. Yves Perron:** C'est la question que je viens de poser à M. Léger Bourgoin.

Comment faire pour renforcer le pouvoir de négociation des producteurs?

[Traduction]

**M. Scott Ross:** Je pense qu'il y a quelques éléments essentiels.



L'un d'eux est certainement un point qui a été soulevé plus tôt: le code de conduite n'existera pas en vase clos. La Loi sur la concurrence et le droit de la concurrence doivent être examinés de près pour déterminer si la capacité d'application de la loi est suffisante pour vraiment régler le problème de la consolidation dans le secteur de la vente au détail.

Je pense aussi que l'éducation et la sensibilisation ont certainement un rôle important à jouer pour informer les producteurs et les aider à comprendre la nature des accords d'approvisionnement et ce qu'ils contiennent, en plus de veiller à ce qu'il y ait une meilleure compréhension de ce qu'ils acceptent à ce moment-là et de quelle façon les renforcer dans les négociations.

**Le président:** Merci, monsieur Perron.

Merci, madame Robinson et monsieur Ross.

Monsieur MacGregor, vous avez deux minutes pour terminer.

**M. Alistair MacGregor:** Merci, monsieur le président. Je vais poser simplement une question.

Monsieur McCann, vous avez dit dans votre déclaration préliminaire que l'inflation des prix des aliments est régressive, qu'elle frappe évidemment les plus pauvres de notre société. Je crois que vous avez dit qu'environ 70 % de ceux qui gagnent moins de 25 000 \$ ont dit qu'ils avaient du mal à joindre les deux bouts.

C'est ce que m'ont dit mes propres électeurs de l'île de Vancouver. C'est très émotif quand on va... Si les salaires que vous commandez au travail ne suivent pas le rythme des augmentations hebdomadaires que vous voyez, c'est parfois difficile, parce que vous devez faire ces choix difficiles au sujet des allées dans lesquelles vous pouvez circuler, en plus de vous poser la question de savoir si vous pouvez vous permettre d'acheter des aliments frais et de passer au comptoir des produits laitiers et de la viande. Vous devrez peut-être vous déplacer beaucoup plus dans les allées du milieu.

Vous avez dit que les solutions stratégiques devraient viser ceux qui en ont besoin. Bien sûr, nous avons beaucoup de programmes et de prestations en place pour aider les gens à faible revenu, mais ce n'est toujours pas suffisant pour beaucoup d'entre eux. Voulez-vous nous en dire un peu plus sur ce que notre comité pourrait inclure dans son rapport?

**M. Tyler McCann:** Je pense qu'il est important de comprendre les limites qui existent. Lorsque nous pensons traditionnellement à cela dans le contexte alimentaire, nous pensons peut-être à ce que nous pouvons faire le long de la chaîne d'approvisionnement et aux outils qui existent, alors que ce n'est probablement pas le bon endroit vers lequel se tourner pour aider. Encore une fois, quelque chose qui ne fait pas partie du portefeuille de l'agriculture devrait probablement chercher à trouver des solutions durables qui offriront un soutien efficace et efficient à ceux qui en ont besoin.

N'oubliez pas que nous sommes passés d'un ménage canadien sur huit qui fait face à l'insécurité alimentaire à un ménage sur six. Ce changement n'est pas seulement une question d'insécurité alimentaire. Ce sont des ménages qui ont de la difficulté à payer leur loyer et d'autres coûts. Les outils à la disposition du gouvernement visent en fait à s'assurer que les mesures de soutien appropriées sont en place, de sorte que ceux qui n'arrivent pas à joindre les deux bouts puissent compter sur l'aide du gouvernement pour le faire.

Il est toujours intéressant d'examiner le soutien offert aux banques alimentaires. C'est une dernière ligne de défense. Ce devrait être une dernière ligne de défense. Il existe d'autres outils plus efficaces et plus proactifs qui peuvent être utilisés pour relever le défi du revenu qui est au cœur de ce problème.

Encore une fois, ce n'est pas une question d'insécurité alimentaire. En fin de compte, c'est une question de revenu.

• (2035)

**Le président:** Merci, monsieur McCann. Merci, monsieur MacGregor.

Chers collègues, cela met fin à notre deuxième groupe de témoins.

Au nom de tous les témoins, je tiens à les remercier de leur travail dans le domaine de l'agriculture et d'avoir pris le temps de venir témoigner aujourd'hui.

[Français]

Merci beaucoup de vos témoignages.

[Traduction]

**M. John Barlow (Foothills, PCC):** Je tiens à remercier Mme Robinson de sa présence.

Je sais que votre mandat à titre de présidente de la Fédération canadienne de l'agriculture tire à sa fin et nous vous en sommes reconnaissants. Je parle au nom de nous tous ici. Je veux simplement vous remercier de tout ce que vous avez fait et vous souhaiter bonne chance.

**Des députés:** Bravo!

**M. John Barlow:** L'inconvénient, monsieur le président, étant donné que le Comité se réunit tard le soir, nous serons en comité au moment de sa dernière activité officielle lors de la réception donnée en son honneur à Ottawa le 6 mars. Nous pourrions peut-être en discuter entre nous pour terminer tôt ce soir-là et pouvoir lui dire convenablement au revoir.

**Le président:** Nous aurions certainement tout intérêt...

**M. Francis Drouin:** Vous devriez demander le consentement unanime. Je suis sûr que vous l'obtiendrez.

**Le président:** Oui, je pense que oui.

Merci, monsieur Barlow. C'est bien dit.

Merci, madame Robinson, de tout le travail que vous faites au nom de l'agriculture canadienne en général et de votre témoignage aujourd'hui.

Chers collègues, nous y reviendrons mercredi. Nous allons poursuivre l'étude du projet de rapport sur l'insécurité alimentaire mondiale. Nous avons fait de l'excellent travail dans la première portion. J'espère, à titre de président, que nous pourrions régler cette première ébauche, la transmettre aux analystes et être prêts une semaine plus tard à préparer le deuxième rapport.

Nous nous reverrons mercredi. Merci à nos témoins.

Bonne nuit à tous.





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

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la Loi sur le droit d'auteur. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre des communes.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la Loi sur le droit d'auteur.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

---

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes à l'adresse suivante :  
<https://www.noscommunes.ca>

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

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

The proceedings of the House of Commons and its committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the Copyright Act. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the Copyright Act.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

---

Also available on the House of Commons website at the following address: <https://www.ourcommons.ca>