

BRITISH COLUMBIA FARM INDUSTRY REVIEW BOARD

**Supervisory Review Re:
Chicken Operating Agreement Amendments**

**CHICKEN FARMERS OF CANADA:
BACKGROUND DOCUMENTS**

INDEX

TAB	DESCRIPTION
1	2001 Federal-Provincial Agreement for Chicken
2	Proposed Amendments to Operating Agreement, dated May 6, 2015
3	Addendum to the Operating Agreement – Further Processing Component as per section 3.22 b) dated December 2, 2015
4	Provincial Exemptions Levels, approved February 3, 2016
5	<i>Farm Products Agencies Act</i> , R.S.C., 1985, c. F-4
6	<i>Chicken Farmers of Canada Proclamation</i> , SOR/79-158
7	Memorandum of Understanding for a long term chicken allocation agreement, dated November 10, 2014
8	Memo to CFC Directors, dated August 16, 2013, re differential growth
9	Chicken Farmers of Canada Market Development Policy
10	Regulatory Impact Analysis Statement, <i>Proclamation amending the Chicken Farmers of Canada Proclamation</i> , Canada Gazette, Part II, Vol 136, No 1, SOR 2002-1
11	Notes for Remarks by the Farm Products Council of Canada to Chicken Farmers of Canada's 2013 Annual General Meeting
12	BC FIRB, <i>Rainbow Poultry Ltd</i> , December 18, 2013

2001 FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT FOR CHICKEN

ACCORD FÉDÉRAL-PROVINCIAL DE 2001 SUR LE POULET

Signed by all Signatories

Signé par tous les signataires

IMPLEMENTATION

16/07/2001

(DATE D'ENTRÉE) EN VIGUEUR

CONTENT

1. FPA

2. Schedule "A"

3. Schedule "B"

4. Memorandum of Understanding

TABLE DES MATIÈRES

1. AFP

2. Annexe « A »

3. Annexe « B »

4. Protocole d'entente

Names of Parties

- > Minister of Agriculture and Agri-Food Canada
(the “Federal Minister”)
- > Minister of Agriculture, Food and Rural Affairs
for Ontario
- > *Le ministre de l’Agriculture, des Pêcheries
et de l’Alimentation du Québec*
- > *Le ministre délégué aux Affaires
intergouvernementales canadiennes du Québec*
- > Minister of Agriculture and Fisheries for
Nova Scotia
- > Minister of Agriculture, Fisheries and Aquaculture
for New Brunswick
- > Minister of Agriculture and Food for Manitoba
- > Minister of Agriculture and Forestry for
Prince Edward Island
- > Minister of Agriculture and Food for Saskatchewan
- > Minister of Agriculture, Food and Fisheries for
British Columbia
- > Minister of Agriculture, Food and Rural
Development for Alberta
- > Minister of Forest, Resources and Agri-Food
for Newfoundland and Labrador
- > Minister for Intergovernmental Affairs
for Newfoundland and Labrador

(the “Provincial Ministers”)
- > Ontario Farm Products Marketing Commission
- > *La Régie des marchés agricoles et alimentaires
du Québec*
- > Nova Scotia Natural Products Marketing Council
- > New Brunswick Farm Products Commission
- > Manitoba Natural Products Marketing Council
- > Prince Edward Island Marketing Council

Nom des parties

- > Le ministre - Agriculture et Agroalimentaire
du Canada
(le « ministre fédéral »)
- > Le ministre - Agriculture, Alimentation
et des Affaires rurales de l’Ontario
- > Le ministre - Agriculture, Pêcheries
et de l’Alimentation du Québec
- > Le ministre délégué - Affaires intergouverne-
mentales canadiennes du Québec
- > Le ministre - *Agriculture and Fisheries
for Nova Scotia*
- > Le ministre - Agriculture, Pêcheries et
de Aquaculture du Nouveau-Brunswick
- > La ministre - Agriculture et Alimentation
du Manitoba
- > Le ministre - *Agriculture and Forestry
for Prince Edward Island*
- > Le ministre - Agriculture and Food for Saskatchewan
- > Le ministre - *Agriculture, Food and Fisheries
for British Columbia*
- > La ministre - *Agriculture, Food and Rural
Development for Alberta*
- > Le ministre - *Forest, Resources and Agri-Food
for Newfoundland and Labrador*
- > Le ministre - *Intergovernmental Affairs
for Newfoundland and Labrador*

(les « ministres provinciaux »)
- > La Commission de commercialisation des
produits agricoles de l’Ontario
- > La Régie des marchés agricoles et alimentaires
du Québec
- > *Nova Scotia Natural Products Marketing Council*
- > La Commission des produits de ferme du
Nouveau- Brunswick
- > Le Conseil manitobain de commercialisation
des produits naturels
- > *Prince Edward Island Marketing Council*

> British Columbia Marketing Board	> <i>British Columbia Marketing Board</i>
> Alberta Agricultural Products Marketing Council	> <i>Alberta Agricultural Products Marketing Council</i>
> Newfoundland Agricultural Products Marketing Board	> <i>Newfoundland Agricultural Products Marketing Board</i>
<i>(the “Provincial Supervisory Boards”)</i>	<i>(les « régies provinciales »)</i>
> Chicken Farmers of Ontario	> Les Producteurs de poulet de l'Ontario
> <i>Fédération des producteurs de volailles du Québec</i>	> La Fédération des producteurs de volailles du Québec
> Chicken Farmers of Nova Scotia	> <i>Chicken Farmers of Nova Scotia</i>
> New Brunswick Chicken Marketing Board	> L'Office de commercialisation des poulets du Nouveau-Brunswick
> Manitoba Chicken Producers	> Office des producteurs de poulets du Manitoba
> Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board	> <i>Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board</i>
> Chicken Farmers of Saskatchewan	> <i>Chicken Farmers of Saskatchewan</i>
> British Columbia Chicken Marketing Board	> <i>British Columbia Chicken Marketing Board</i>
> Alberta Chicken Producers	> <i>Alberta Chicken Producers</i>
> Newfoundland Chicken Marketing Board	> <i>Newfoundland Chicken Marketing Board</i>
<i>(the “Provincial Commodity Boards”)</i>	<i>(les « offices de commercialisation provinciaux »)</i>
> Chicken Farmers of Canada <i>(“CFC”)</i>	> Les Producteurs de poulet du Canada <i>(les « PPC »)</i>
<i>(collectively, the “Parties”)</i>	<i>(collectivement, les « parties »)</i>

WHEREAS the Parties have agreed that it is desirable to enter into a new Federal-Provincial Agreement (“this Agreement”), which includes Schedule “A” (the Proclamation), and Schedule “B” (the Operating Agreement) unless expressly stated otherwise, and as may be amended from time to time) to expand the membership of the Chicken Farmers of Canada, to coordinate the delegation of authority and to make other arrangements for the implementation and maintenance of the operational aspects of the system for the orderly marketing of chicken; and

WHEREAS the Parties hereto have the necessary authority to enter into this Agreement and, when used in cooperation, to continue to operate the comprehensive chicken marketing program in accordance with this Agreement.

NOW THEREFORE THE PARTIES
AGREE AS FOLLOWS:

1.00 Purpose and Objectives

1.01 This Agreement provides for an orderly marketing system for chicken coordinated in a flexible and market responsive manner having appropriate safeguards so as to provide consistency, predictability and stability in accordance with the following objectives:

- a) to optimize sustainable economic activity in the chicken industry;
- b) to pursue opportunities in both domestic and international markets;
- c) to enhance competitiveness and efficiency in the chicken industry; and
- d) to work in the balanced interest of producers, industry stakeholders and consumers.

ATTENDU QUE les parties ont convenu qu’il était souhaitable de conclure un nouvel Accord fédéral-provincial – « le présent Accord » qui comprend l’annexe « A » (la Proclamation) et l’annexe « B » (l’Entente opérationnelle), sauf stipulation expresse à l’effet contraire, et tel qu’il peut être modifié de temps à autre – afin d’augmenter le nombre d’adhérents à l’organisme Les Producteurs de poulet du Canada, de coordonner la délégation de pouvoirs et de prendre d’autres dispositions en vue de la mise en oeuvre et du maintien des aspects opérationnels du système de commercialisation ordonnée du poulet au Canada;

ATTENDU QUE les parties concernées possèdent les pouvoirs nécessaires pour conclure le présent Accord et, lorsqu’elle est utilisée de concert, pour continuer à exploiter le système global de commercialisation du poulet en conformité avec le présent Accord.

LES PARTIES CONVIENNENT
DE CE QUI SUIT :

1.00 But et objectifs

1.01 Le présent Accord établit un système de commercialisation ordonnée du poulet coordonné de façon flexible et axée sur le marché, comportant les mesures de protection nécessaires pour assurer l’uniformité, la prévisibilité et la stabilité en conformité avec les objectifs suivants :

- a) optimiser l’activité économique durable dans l’industrie du poulet;
- b) rechercher des débouchés tant sur le marché national que sur le marché international; et
- c) améliorer la compétitivité et l’efficacité dans l’industrie du poulet;
- d) travailler dans l’intérêt mutuel des producteurs, des intervenants de l’industrie et des consommateurs.

2.00 Exercise of Legislative Powers and Delegation of Authority

- 2.01** The Federal Minister and each Provincial Minister agree to make recommendations to the Governor-in-Council and Lieutenant Governor-in-Council, respectively, requesting that the legislative powers necessary be exercised to ensure that this Agreement is fully implemented and maintained, and operates effectively and without legal impediment.
- 2.02** The Federal Minister agrees to make to the Governor-in-Council all recommendations necessary to ensure that the Marketing Plan as set out in Part II of the Schedule to the Proclamation annexed as Schedule “A” to this Agreement is made and maintained.
- 2.03** The Provincial Ministers agree to make to the Lieutenant Governors-in-Council all recommendations necessary to ensure that the relevant Provincial Marketing Plans are made and maintained in a manner consistent with this Agreement.
- 2.04** The Federal Minister and each Provincial Minister further agree, for such time as the Federal Minister and the Provincial Minister responsible for Agriculture are Parties to this Agreement, to make any required recommendations to, as the case may be, the Governor in Council, the Lieutenant Governor in Council and the Provincial Supervisory Board, to ensure that CFC, the Provincial Supervisory Boards and the Provincial Commodity Boards are delegated authority and functions, and are authorized to delegate to and accept any delegated authority and functions necessary in order to fully implement and maintain this Agreement. The authority and functions, which are delegated, will be performed as specified in this Agreement.

2.00 Exercice de la compétence législative et délégation de pouvoirs

- 2.01** Le ministre fédéral et chaque ministre provincial conviennent de faire des recommandations, respectivement au gouverneur en conseil et au lieutenant gouverneur en conseil, et de demander que toutes les compétences législatives nécessaires soient exercées pour assurer que le présent Accord est totalement mis en oeuvre et maintenu et qu’il produise ses effets sans entrave d’ordre juridique.
- 2.02** Le ministre fédéral convient de faire toutes les recommandations nécessaires au gouverneur en conseil pour garantir que le Plan de commercialisation tel qu’il est énoncé dans la Partie II de l’annexe à la Proclamation jointe au présent Accord en tant qu’annexe « A » est mis en oeuvre et maintenu.
- 2.03** Les ministres provinciaux conviennent de faire toutes les recommandations nécessaires aux lieutenants gouverneurs en conseil visant à garantir que les plans de commercialisation provinciaux pertinents sont mis en oeuvre et maintenus en conformité avec le présent Accord.
- 2.04** En outre, pour la période au cours de laquelle le ministre fédéral et le ministre provincial chargé de l’Agriculture seront parties au présent Accord, le ministre fédéral et chaque ministre provincial conviennent de faire les recommandations nécessaires, le cas échéant, au gouverneur en conseil, au lieutenant gouverneur en conseil, à la régie provinciale et à l’office de commercialisation provincial, pour assurer que les PPC, les régies provinciales et les offices de commercialisation provinciaux se font déléguer des pouvoirs et sont autorisés à déléguer les uns aux autres et à accepter les uns des autres les pouvoirs délégués nécessaires pour mettre en oeuvre et maintenir le présent Accord. Les pouvoirs ainsi délégués seront exercés conformément à la présente entente.

2.05 CFC, the Provincial Supervisory Boards, and the Provincial Commodity Boards each agree, within their own jurisdictions and pursuant to delegated authority, to:

- a)* exercise or cooperate in the exercise of legislative powers with respect to the enactment of marketing plans, regulations or orders; and
- b)* establish or cooperate in the establishment of agreements and policies required to fully implement and maintain this Agreement.

3.00 Provincial Commodity Board Commitments

3.01 In the fulfilment of their obligations under section 2.05, the Provincial Commodity Boards each agree:

- a)* to limit the total quantity of chicken produced in their respective provinces, and marketed, to the quota allocation as determined from time to time by reference to this Agreement;
- b)* to establish the minimum prices at which live chicken may be sold in their respective provinces; and
- c)* in conjunction with CFC, to implement and maintain a coordinated system of quota allotment that is auditable by CFC, where the basic effects as between provinces are similar.

2.05 Les PPC, chaque régie provinciale et chaque office de commercialisation provincial conviennent, dans le cadre de leur propre compétence et conformément aux pouvoirs qui leur sont délégués :

- a)* d'exercer les pouvoirs législatifs ou de collaborer à l'exercice de ceux-ci en ce qui a trait à la promulgation des plans de commercialisation, des règlements ou des ordonnances qui sont nécessaires pour mettre en oeuvre et maintenir le présent Accord; et
- b)* de collaborer à l'établissement d'accords et de politiques ou d'établir les accords et les politiques qui sont nécessaires pour mettre en oeuvre et maintenir le présent Accord.

3.00 Engagements des offices de commercialisation provinciaux

3.01 Dans le cadre de la réalisation de leurs obligations en vertu de l'article 2.05, chaque office de commercialisation provincial convient :

- a)* de limiter la quantité totale de poulet produite et commercialisée dans leur province respective à l'allocation de contingents déterminée, de temps à autre, conformément au présent Accord;
- b)* d'établir des prix minimums de vente du poulet vivant dans leur province respective; et
- c)* de mettre en oeuvre et de maintenir, en collaboration avec les PPC, un système coordonné d'allocation de contingents qui peut être vérifié par les PPC lorsque les effets de base entre les provinces sont similaires.

4.00 CFC Commitments

- 4.01** In the fulfilment of its obligations under section 2.05, CFC agrees:
- a) to take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation between itself, National Farm Products Council, Provincial Supervisory Boards and Provincial Commodity Boards;
 - b) in conjunction with Provincial Commodity Boards, to implement, maintain and audit a coordinated system of quota allocation for signatory provinces as determined from time to time by reference to this Agreement; and
 - c) to establish and maintain a system for the licencing of persons engaged in the marketing of chicken.

5.00 Role of National Farm Products Council and Provincial Supervisory Boards

- 5.01** Nothing in this Agreement diminishes the statutorily mandated role of the National Farm Products Council (the “Council”), the Provincial Supervisory Boards and the Provincial Tribunals.

6.00 Membership and Withdrawal Provisions

- 6.01** Should the Provincial Minister responsible for Agriculture wish to withdraw from this Agreement, the Minister shall: consult with the Provincial Commodity Board and Provincial Supervisory Board concerned at least 60 days prior to submitting a written notice of intention to withdraw; and provide written notice of the intention to withdraw to the other Parties and to Council. Withdrawal will not be effective until December 31st of the calendar year after the notice is given.

4.00 Engagements des PPC

- 4.01** Dans le cadre de la réalisation de leurs obligations en vertu de l’article 2.05, les PPC conviennent :
- a) de prendre toutes les mesures raisonnables pour promouvoir un haut niveau de coopération entre eux-mêmes, le Conseil national des produits agricoles, les régies provinciales et les offices de commercialisation provinciaux;
 - b) de mettre en oeuvre, maintenir et vérifier, en collaboration avec les offices de commercialisation provinciaux, un système coordonné d’allocation de contingents destiné aux provinces signataires tel que déterminé, de temps à autre, conformément au présent Accord; et
 - c) d’établir et de maintenir un système d’attribution de permis aux personnes effectuant la commercialisation du poulet.

5.00 Rôle du Conseil national des produits agricoles et des régies provinciales

- 5.01** Aucune des dispositions de la présente entente ne restreint le rôle conféré par les législations pertinentes au Conseil national des produits agricoles (le « Conseil »), aux régies provinciales et aux tribunaux provinciaux.

6.00 Dispositions sur l’adhésion et le retrait

- 6.01** Le ministre provincial chargé de l’Agriculture qui souhaite se retirer du présent Accord consulte l’office de commercialisation provincial et la régie provinciale concernés, au moins 60 jours avant la présentation par écrit d’un avis d’intention de se retirer; en outre, il donne un avis écrit de son intention de se retirer aux autres parties et au Conseil. Le retrait n’entre en vigueur que le 31 décembre de l’année civile suivant celle au cours de laquelle l’avis a été donné.

- | | |
|---|--|
| <p>6.02 Notwithstanding section 6.01, all signatories to this Agreement undertake to remain Parties to this Agreement for an initial period ending December 31, 2003.</p> | <p>6.02 Nonobstant l'article 6.01, tous les signataires du présent Accord s'engagent à ne pas s'en retirer pendant une période initiale se terminant le 31 décembre 2003.</p> |
| <p>6.03 Notice given under section 6.01 may be revoked at any time within three (3) months of being given, or thereafter with the consent of the other Parties.</p> | <p>6.03 L'avis donné en vertu de l'article 6.01 peut être révoqué en tout temps si moins de trois (3) mois se sont écoulés depuis qu'il a été donné ou par la suite avec le consentement des autres parties.</p> |
| <p>6.04 If notice of withdrawal is not revoked, effective December 31st of the calendar year after the notice was given by the Provincial Minister responsible for Agriculture, that Minister, the Provincial Supervisory Board, the Provincial Commodity Board, and where applicable, the Provincial Minister of inter-governmental Affairs shall cease to be Parties to this Agreement, and the provincial Commodity Board's appointee shall cease to be a member of CFC.</p> | <p>6.04 Si l'avis de retrait n'est pas révoqué, le 31 décembre de l'année civile suivant celle au cours de laquelle l'avis a été donné par le ministre provincial chargé de l'Agriculture, le ministre en question, la régie provinciale, l'office de commercialisation provincial et le ministre provincial chargé des Affaires intergouvernementales, suivant le cas, cessent d'être parties au présent Accord, et la personne nommée par l'office de commercialisation provincial cesse d'être membre des PPC.</p> |
| <p>6.05 Subject to 6.01, 6.03 and 6.04 above, each Provincial Supervisory Board and Provincial Commodity Board agree to remain a party to this Agreement for such time as the Provincial Minister responsible for Agriculture remains a signatory to this Agreement.</p> | <p>6.05 Sous réserve des articles 6.01, 6.03 et 6.04, chaque régie provinciale et chaque office de commercialisation provincial convient de ne pas se retirer du présent Accord aussi longtemps que le ministre provincial chargé de l'Agriculture demeure signataire du présent Accord.</p> |
| <p>7.00 Added and Re-admitted Parties</p> | <p>7.00 Parties supplémentaires et parties réadmissibles</p> |
| <p>7.01 The Parties agree that the Northwest Territories, the Territory of Nunavut, the Yukon Territory and provinces that have withdrawn from this Agreement may be admitted or re-admitted to this Agreement on such similar terms and conditions as apply to the other Parties.</p> | <p>7.01 Les parties conviennent que les Territoires du Nord-Ouest, le Nunavut, le Yukon ainsi que les provinces qui se sont retirées du présent Accord, peuvent être admis ou réadmis au présent Accord selon les mêmes modalités que celles qui s'appliquent aux autres parties.</p> |
| <p>8.00 Free Movement of Chicken</p> | <p>8.00 Libre circulation du poulet</p> |
| <p>8.01 The Parties agree that the marketing of chicken shall not be restricted in any manner that is inconsistent with this Agreement or any applicable legislation, all as amended from time to time.</p> | <p>8.01 Les parties conviennent que la commercialisation du poulet ne doit pas être restreinte d'une quelconque manière qui soit contraire au présent Accord ou à toute loi applicable, tels qu'ils peuvent être modifiés de temps à autre.</p> |

9.00 Amendments

- 9.01** Except as provided in this section, amendments to this Agreement require the unanimous consent of all Parties.
- 9.02** The Federal Minister shall not recommend any amendments to the provisions of the Proclamation annexed as Schedule “A” to this Agreement without prior consultation with the Provincial Ministers and CFC.
- 9.03** Amendments to Schedule “B” (the Operating Agreement) to this Agreement shall require the unanimous consent of the Provincial Supervisory Boards, the Provincial Commodity Boards and CFC only. Prior to implementation, Council will review amendments to Schedule “B” (the Operating Agreement) to determine whether the amendments require approval of the Governor in Council.

10.00 Termination of the 1978 Federal-Provincial Agreement, as amended

- 10.01** The 1978 Federal-Provincial Agreement, as amended, is hereby terminated effective the date this Agreement comes into force.

11.00 Coming into Force

- 11.01** This Agreement comes into force when it is executed by all of the Parties.

9.00 Modifications

- 9.01** Sous réserve de ce qui est prévu au présent article, le présent Accord ne peut être modifié sans le consentement unanime de toutes les parties.
- 9.02** Le ministre fédéral ne recommandera aucune modification des dispositions de la Proclamation jointe comme annexe « A » au présent Accord sans consulter préalablement les ministres provinciaux et les PPC.
- 9.03** Toute modification à l’annexe « B » (Entente opérationnelle) du présent Accord demande le consentement unanime des régies provinciales, des offices de commercialisation provinciaux et des PPC. Avant leur mise en oeuvre, le Conseil examinera les modifications apportées à l’annexe « B » (Entente opérationnelle) pour déterminer si l’approbation du gouverneur en conseil est requise.

10.00 Résiliation de l’Accord fédéral-provincial de 1978 et de ses diverses modifications

- 10.01** L’Accord fédéral-provincial de 1978 et ses diverses modifications sont, par les présentes, résiliés à partir de la date à laquelle le présent Accord entre en vigueur.

11.00 Entrée en vigueur

- 11.01** Le présent Accord entre en vigueur lorsqu’il est signé par toutes les parties.

Minister of Agriculture and Agri-Food Canada
Le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada

Pursuant to Section 11 of the Government Organization Act, Minister of International and Intergovernmental Relations for Alberta
Conformément à l'article 11 de la Loi organique du gouvernement, Le ministre des Relations internationales et intergouvernementales de l'Alberta

Minister of Agriculture, Food and Rural Development for Alberta
La ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et du Développement rural de l'Alberta

Minister of Agriculture, Food and Rural Affairs for Ontario
Le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario

Minister of Agriculture and Forestry for Prince Edward Island
Le ministre de l'Agriculture et de la Foresterie de l'Île-du-Prince-Édouard

Le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Minister of Agriculture and Food for Saskatchewan
Le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de la Saskatchewan

Le ministre délégué aux Affaires intergouvernementales canadiennes du Québec

Minister of Agriculture, Food and Fisheries for British Columbia
Le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Pêches de la Colombie-Britannique

Minister of Agriculture and Fisheries for Nova Scotia
Le ministre de l'Agriculture et des Pêches de la Nouvelle-Écosse

Minister of Agriculture and Food for Manitoba
La ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation du Manitoba

Minister of Agriculture, Fisheries and Aquaculture for New Brunswick
Le ministre de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture du Nouveau-Brunswick

Minister of Forest, Resources and Agri-Food for Newfoundland and Labrador
Le ministre de la Foresterie, des Ressources et de l'Agroalimentaire de Terre-Neuve et du Labrador

Minister for Intergovernmental Affairs for Newfoundland and Labrador
Le ministre des Affaires intergouvernementales de Terre-Neuve et du Labrador

Ontario Farm Products Marketing Commission

La Commission de commercialisation
des produits agricoles de l'Ontario

Prince Edward Island Marketing Council

L'Office de commercialisation de l'Île-du-Prince-Édouard

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

British Columbia Marketing Board

L'Office de commercialisation de la Colombie-Britannique

Nova Scotia Natural Products Marketing Council

L'Office de commercialisation des produits
naturels de la Nouvelle-Écosse

Alberta Agricultural Products Marketing Council

L'Office de commercialisation des
produits agricoles de l'Alberta

New Brunswick Farm Products Commission

La Commission des produits de ferme
du Nouveau-Brunswick

Newfoundland Agricultural Products Marketing Board

L'Office de commercialisation des
produits agricoles de Terre-Neuve

Manitoba Natural Products Marketing Council

Le Conseil manitobain de commercialisation
des produits naturels

Chicken Farmers of Canada
Les Producteurs de poulet du Canada

Chicken Farmers of Ontario
Les Producteurs de poulet de l'Ontario

Manitoba Chicken Producers
Office des producteurs de poulets du Manitoba

Fédération des producteurs de volailles du Québec

Prince Edward Island Poultry Meat
Commodity Marketing Board
L'Office de commercialisation des produits
avicoles de l'Île-du-Prince-Édouard

Chicken Farmers of Nova Scotia
Les Producteurs de poulet de la Nouvelle-Écosse

Chicken Farmers of Saskatchewan/
Les Producteurs de poulet de la Saskatchewan

New Brunswick Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation des
poulets du Nouveau-Brunswick

British Columbia Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation du poulet
de la Colombie-Britannique

Alberta Chicken Producers
Les Producteurs de poulet de l'Alberta

Newfoundland Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation du poulet de Terre-Neuve

SCHEDULE "A"

ANNEXE « A »

Signed by all Signatories

Signé par tous les signataires

IMPLEMENTATION

16/07/2001

(DATE D'ENTRÉE) EN VIGUEUR

SCHEDULE "A"

PROCLAMATION

ELIZABETH THE SECOND, by the Grace of God, of the United Kingdom, Canada and Her other Realms and Territories, QUEEN, Head of the Commonwealth, Defender of the Faith.

To all to whom these Presents shall come or whom the same may in any way concern,

GREETING:

A PROCLAMATION

WHEREAS in and by subsection 16(1) of the *Farm Products Agencies Act* it is provided that the Governor in Council may, by proclamation, establish an agency with powers relating to any farm product or farm products the marketing of which in interprovincial and export trade is not regulated pursuant to the *Canadian Wheat Board Act* or the *Canadian Dairy Commission Act* where the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of the farm product or of each of the farm products in Canada is in favour of the establishment of an agency;

AND WHEREAS the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of chicken in Canada is in favour of the establishment of such an agency;

NOW KNOW YOU that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada, do by this Our Proclamation establish an agency, to be known as Chicken Farmers of Canada, consisting of fourteen members appointed in the manner and for the terms set forth in the schedule hereto;

AND KNOW YOU FURTHER that We are pleased to designate chicken and any part thereof produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade as the farm product in relation to which Chicken Farmers of Canada may exercise its powers;

AND KNOW YOU FURTHER that We are pleased to specify that the manner of designation of the Chairperson and Vice-Chairperson of Chicken Farmers of Canada, the place within Canada where the head office of Chicken Farmers of Canada is

ANNEXE « A¹ »

PROCLAMATION

ÉLIZABETH DEUX, par la Grâce de Dieu, REINE du Royaume-Uni, du Canada et de ses autres royaumes et territoires, Chef du Commonwealth, Défenseur de la Foi.

À toutes les personnes auxquelles les présentes sont adressées ou qu'elles concernent, de quelque façon,

SALUTATION :

PROCLAMATION

ATTENDU QUE, en vertu du paragraphe 16(1) de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office compétent pour des produits agricoles dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation n'est pas réglementée par la *Loi sur la Commission canadienne du blé* ou la *Loi sur la Commission canadienne du lait*, lorsqu'il est convaincu que la majorité des producteurs, au Canada, des produits en question est en faveur d'une telle mesure;

ATTENDU QUE le gouverneur en conseil est convaincu que la majorité des producteurs de poulet du Canada est en faveur de la création d'un tel office;

SACHEZ QUE, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, Nous créons, par Notre présente proclamation, l'office appelé Les Producteurs de poulet du Canada, qui est composé de quatorze membres nommés de la manière et pour la durée établies dans l'annexe ci-après;

SACHEZ QUE Nous précisons que le produit agricole à l'égard duquel les Producteurs de poulet du Canada peuvent exercer leurs pouvoirs est le poulet et toutes ses parties qui sont produits au Canada et commercialisés sur le marché interprovincial ou d'exportation;

SACHEZ QUE Nous précisons dans l'annexe ci-après le mode de désignation du président et du vice-président des Producteurs de poulet du Canada, le lieu au Canada où est situé le siège social des

situated and the terms of the marketing plan that Chicken Farmers of Canada is empowered to implement shall be as set forth in the schedule hereto;

AND KNOW YOU FURTHER that this Proclamation and the schedule hereto may be cited as the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*.

Of All Which Our Loving Subjects and all others whom these Presents may concern are hereby required to take notice and to govern themselves accordingly.

In Testimony Whereof, We have caused these Our Letters to be made Patent and the Great Seal of Canada to be hereunto affixed. Witness: The Honourable Roland Almon Ritchie, a Puisne Judge of the Supreme Court of Canada and Deputy of Our Right Trusty and Well-beloved Jules Leger, Chancellor and Principal Companion of Our Order of Canada, Chancellor and Commander of Our Order of Military Merit upon whom We have conferred Our Canadian Forces' Decoration, Governor General and Commander-in-Chief of Canada.

At Ottawa, this 28th day of December in the year of Our Lord one thousand nine hundred and seventy-eight and in the 27th year of Our Reign.

By Command, George Post, Deputy Registrar General of Canada.

Producteurs de poulet du Canada ainsi que les modalités du plan de commercialisation qu'ils sont habilités à mettre en oeuvre;

SACHEZ QUE la présente proclamation et l'annexe ci-jointe peuvent être citées sous le titre Proclamation visant les *Producteurs de poulet du Canada*.

De ce qui précède, Nos féaux sujets et tous ceux que les présentes peuvent concerner sont par les présentes requis de prendre connaissance et d'agir en conséquence.

En Foi de Quoi, Nous avons fait émettre Nos présentes lettres patentes et à icelles fait apposer le grand sceau du Canada. Témoin : L'honorable Roland Almon Ritchie, juge puîné de la Cour suprême du Canada et suppléant de Notre très fidèle et bien-aimé Jules Léger, Chancelier et Compagnon principal de Notre Ordre du Canada, Chancelier et Commandeur de Notre Ordre du Mérite militaire à qui Nous avons décerné Notre Décoration des Forces canadiennes, Gouverneur général et Commandant en chef du Canada.

À Ottawa, ce vingt-huitième jour de décembre en l'an de grâce mil neuf cent soixante dix-huit, le vingt-septième de Notre Règne.

Par ordre, George Post, Sous-registraire général du Canada

SCHEDULE

1. In this Schedule,

“Act” means the *Farm Products Agencies Act*; (*Loi*)

“Canadian Poultry and Egg Processors Council” means the Canadian Poultry and Egg Processors Council, a body corporate established in Canada by letters patent dated November 12, 1974; (*Conseil canadien des transformateurs d’oeufs et de volailles*)

“Canadian Restaurant and Food Service Association” means the Canadian Restaurant and Food Service Association, a body corporate established in Canada by letters patent dated January 6, 1944; (*Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires*)

“CFC” means Chicken Farmers of Canada; (*PPC*)

“chicken” means a chicken and any part thereof, live or in processed form, produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade; (*poulet*)

“Commodity Board” means, in respect of the Province of:

- a) Ontario, Chicken Farmers of Ontario,
- b) Québec, *Fédération des producteurs de volailles du Québec*,
- c) Nova Scotia, Chicken Farmers of Nova Scotia,
- d) New Brunswick, New Brunswick Chicken Marketing Board,
- e) Manitoba, Manitoba Chicken Producers,
- f) British Columbia, British Columbia Chicken Marketing Board,
- g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board,

ANNEXE

1. Les définitions qui suivent s’appliquent à la présente annexe.

« Loi » La *Loi sur les offices des produits agricoles*. (*Act*)

« Conseil canadien des transformateurs d’oeufs et de volailles » Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 12 novembre 1974. (*Canadian Poultry and Egg Processors Council*)

« Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires » Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 6 janvier 1944. (*Canadian Restaurant and Food Service Association*)

« PPC » Les Producteurs de poulet du Canada. (*CFC*)

« poulet » Poulet et toute partie de celui-ci, vivant ou sous forme transformé, qui est produit au Canada et commercialisé sur le marché interprovincial ou d’exportation. (*chicken*)

« Office de commercialisation » :

- a) en Ontario, les Producteurs de poulet de l’Ontario;
- b) au Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec;
- c) en Nouvelle-Écosse, le *Chicken Farmers of Nova Scotia*;
- d) au Nouveau-Brunswick, l’Office de commercialisation des poulets du Nouveau-Brunswick;
- e) au Manitoba, l’Office des producteurs de poulets du Manitoba;
- f) en Colombie-Britannique, le *British Columbia Chicken Marketing Board*;
- g) à l’Île-du-Prince-Édouard, le *Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board*;

- h) Saskatchewan, Chicken Farmers of Saskatchewan,
- i) Alberta, Alberta Chicken Producers, and
- j) Newfoundland, Newfoundland Chicken Marketing Board. (*Office de commercialisation*)

- h) en Saskatchewan, le *Chicken Farmers of Saskatchewan*;
- i) en Alberta, le *Alberta Chicken Producers*; et
- j) à Terre-Neuve, le *Newfoundland Chicken Marketing Board*. (*Commodity Board*)

“Further Poultry Processors Association of Canada” means the Further Poultry Processors Association of Canada, a body corporate established in Canada by letters patent dated August 21, 1985; (*Association canadienne des sur-transformateurs de volailles*)

« Association canadienne des sur-transformateurs de volailles » Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 21 août 1985. (*Further Poultry Processors Association of Canada*)

“non-signatory territory” means the Yukon Territory, the Northwest Territories, and Nunavut; (*territoire non signataire*)

« territoire non signataire » Le territoire du Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. (*non-signatory territory*)

“period” means the period of time, as established by CFC from time to time, during which chicken produced in a signatory province or non-signatory territory is authorized to be marketed; (*période*)

« période » La durée que les PPC peuvent fixer à tout moment et au cours de laquelle le poulet produit dans une province signataire ou dans un territoire non signataire peut être commercialisé. (*period*)

“Plan” means the marketing plan the terms of which are set out in Part II of this schedule; (*Plan*)

« Plan » Le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la partie II de la présente annexe. (*Plan*)

“producer” means a person who raises chickens for processing, for sale to the public or for use in products manufactured by the person; (*producteur*)

« producteur » Personne qui élève du poulet pour la transformation, pour la vente au public ou pour l’utilisation dans des produits fabriqués par elle. (*producer*)

“signatory provinces” means all the provinces of Canada, except the non-signatory territories. (*provinces signataires*)

« provinces signataires » Les provinces du Canada, à l'exclusion des territoires non signataires. (*signatory provinces*)

PART I

Chicken Farmers of Canada

- 2.(1) The Commodity Board for a province may, at any time, appoint a person who is a resident of that province to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the calendar year following the year of appointment.
- (2) The Canadian Poultry and Egg Processors Council may, at any time, appoint two persons who are residents of Canada and who are experienced in the business or trade of the processing of chicken meat, to be members of CFC, and each person so appointed shall hold office until the end of CFC's annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.
- (3) The Canadian Restaurant and Food Service Association may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of supplying prepared foods to consumers to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.
- (4) The Further Poultry Processors Association of Canada may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of the further processing of chicken meat to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.
- (5) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (4) may, at any time, appoint a person with the same qualifications for membership as are required for a member to be appointed by the Board or organization, to be a temporary substitute member to act in the place of each member

PARTIE I

Les Producteurs de poulet du Canada

- 2.(1) L'Office de commercialisation d'une province peut, à tout moment, nommer un résident de cette province à titre de membre des PPC pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de l'année civile suivant l'année de sa nomination.
- (2) Le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles peut, à tout moment, nommer deux résidents du Canada qui possèdent de l'expérience de l'industrie ou du commerce de la transformation de la viande de poulet, à titre de membres des PPC, et chaque personne ainsi nommée doit exercer cette charge jusqu'à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.
- (3) L'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l'expérience de l'industrie ou du commerce d'aliments préparés fournis aux consommateurs, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.
- (4) L'Association canadienne des sur-transformateurs de volailles peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l'expérience de l'industrie ou du commerce de la surtransformation de la viande de poulet, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.
- (5) Tout Office de commercialisation ou tout organisme mentionné aux paragraphes (2) à (4) peut nommer à titre de membre suppléant une personne possédant les compétences nécessaires pour être membre des PPC, pour remplacer un membre, nommé par lui qui est absent ou incapable de remplir

appointed by it when that member is absent, is unable to act or is elected Chairperson of CFC, to hold office as a temporary substitute member until the member in whose place the temporary substitute member is appointed to act, ceases to be a member.

- (6) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (4) may, at any time, revoke the membership of a member or temporary substitute member appointed by it.
- 3. The members of CFC shall, at each of their annual meetings, elect from among themselves a chairperson and a vice-chairperson, and the persons so elected shall hold office until the end of CFC's annual meeting next following the appointments.
- 4. The head office of CFC shall be situated in the City of Ottawa, in the Province of Ontario.

ses fonctions ou a été nommé président des PPC; le membre suppléant exerce ses fonctions jusqu'à l'expiration du mandat du membre qu'il remplace.

- (6) Tout Office de commercialisation ou tout organisme mentionné aux paragraphes (2) à (4) peut annuler la nomination d'un membre ou d'un membre suppléant.
- 3. Les membres doivent choisir parmi eux, à chaque assemblée annuelle des PPC, un président et un vice-président pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC qui suit leur nomination.
- 4. Le siège social des PPC est situé dans la ville d'Ottawa, dans la province d'Ontario.

PART II

The Marketing Plan

5. In this Part,
- “Board” means, in respect of the Province of:
- a) Ontario, Ontario Farm Products Marketing Commission,
 - b) *Quebec, Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec,*
 - c) Nova Scotia, Nova Scotia Natural Products Marketing Council,
 - d) New Brunswick, New Brunswick Farm Products Commission,
 - e) Manitoba, Manitoba Natural Products Marketing Council,
 - f) British Columbia, British Columbia Marketing Board,
 - g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Marketing Council,
 - h) Saskatchewan, Saskatchewan Agri-Food Council,
 - i) Alberta, Alberta Agricultural Products Marketing Council, and
 - j) Newfoundland, Newfoundland Agricultural Products Marketing Board. (*Régie*)

“marketing”, in relation to chicken, includes selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and any other act necessary to prepare the chicken in a form, or to make it available at a place and time, for purchase for consumption or use; (*commercialisation*)

“Operating Agreement” means Schedule B to the *Federal Provincial Agreement for Chicken*, as amended from time to time; (*entente opérationnelle*)

PARTIE II

Plan de commercialisation

5. Les définitions qui suivent s’appliquent à la présente partie.
- « Régie » :
- a) en Ontario, la Commission de commercialisation des produits agricoles de l’Ontario;
 - b) au Québec, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec;
 - c) en Nouvelle-Écosse, le *Nova Scotia Natural Products Marketing Council*;
 - d) au Nouveau-Brunswick, la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick;
 - e) au Manitoba, le Conseil manitobain de commercialisation des produits naturels;
 - f) en Colombie-Britannique, le *British Columbia Marketing Board*;
 - g) à l’Île-du-Prince-Édouard, le *Prince Edward Island Marketing Council*;
 - h) en Saskatchewan, le *Saskatchewan Agri-Food Council*;
 - i) en Alberta, le *Alberta Agricultural Products Marketing Council*; et
 - j) à Terre-Neuve, le *Newfoundland Agricultural Products Marketing Board. (Board)*

« commercialisation » En ce qui concerne le poulet, la commercialisation inclut la vente et la mise en vente, l’achat, la fixation des prix, l’assemblage, l’emballage, la transformation, le transport, l’entreposage et toute autre opération nécessaire au conditionnement du poulet ou à son offre en un lieu et à un moment donnés pour achat, consommation ou utilisation. (*marketing*)

« entente opérationnelle » L’Annexe B de l’*Accord fédéral-provincial sur le poulet*, avec ses modifications successives. (*Operating Agreement*)

“quota” means:

- a) in respect of a non-signatory territory, the number of kilograms of chicken, expressed in eviscerated weight, that a person is entitled to market in interprovincial trade into the signatory provinces during a period, and
- b) in respect of a signatory province, the number of kilograms of chicken, expressed in live weight, that a producer is entitled to market in interprovincial or export trade during a period. (*contingent*)

“quota system” means a system established by CFC by which:

- a) in respect of a non-signatory territory, CFC allots quotas to persons in the non-signatory territory, and
- b) in respect of a signatory province, the appropriate Board or Commodity Board allots quotas to producers of that province on behalf of CFC, thus enabling CFC, in respect of a non-signatory territory, or a Board or Commodity Board, in respect of the signatory provinces, to fix and determine the quantity, if any, in which chicken of any variety, class or grade, may be marketed in interprovincial or export trade. (*contingentement*)

Establishment of A Quota System

- 6.(1) CFC shall, by order or regulation, establish a quota system for the signatory provinces by which quotas are allotted to all members of classes of chicken producers in each province to whom quotas are allotted by the appropriate Board or Commodity Board.

« contingent » :

- a) Dans le cas d'un territoire non signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids éviscéré, qu'une personne a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial à destination des provinces signataires au cours d'une période; et
- b) dans le cas d'une province signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids vif, qu'un producteur a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial ou d'exportation au cours d'une période (*quota*)

« contingentement » La formule établie par les PPC et selon laquelle :

- a) dans le cas d'un territoire non signataire, les PPC allouent des contingents aux personnes de ce territoire non signataire; et
- b) dans le cas d'une province signataire, la Régie ou l'Office de commercialisation compétent alloue des contingents aux producteurs de cette province au nom des PPC, ce qui permet aux PPC, en ce qui concerne un territoire non signataire, ou la Régie ou l'Office de commercialisation, en ce qui concerne une province signataire, de fixer et de déterminer la quantité de poulet, de n'importe quelle variété, classe ou qualité qui peut être commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation. (*quota system*)

Établissement d'un contingentement

- 6.(1) Les PPC doivent, par ordonnance ou règlement, établir un mécanisme de contingentement pour les provinces signataires, aux termes duquel des contingents sont alloués à tous les membres des différentes classes de producteurs de poulet de chaque province auxquels des contingents sont alloués par la régie ou l'office de commercialisation compétents.

- | | |
|--|--|
| <p>(2) CFC may, by order or regulation, establish a quota system for one or more non-signatory territories, allowing CFC to fix and allot quotas to any person in a non-signatory territory engaged in interprovincial marketing of chicken, and to determine, for the purposes of orderly marketing, the quantity of chicken produced in a non-signatory territory that may be marketed into the signatory provinces, and the conditions under which it may be so marketed.</p> <p>(3) CFC may reduce or may refuse to allot, for subsequent periods and in any manner and to any extent as it considers appropriate, the quota of a producer who has produced and marketed chicken in excess of a quota previously allotted to that person.</p> <p>(4) In establishing a quota system in accordance with subsection (1), CFC shall establish its allocation for each signatory province for a year in such a manner that the aggregate of the numbers following in respect of that province is equal to the number of kilograms of chicken set out in the table to subsection (5) for the year in respect of that province:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade in the year, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board, b) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the year, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and c) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in the year, as authorized other than by quotas. | <p>(2) Les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, établir un mécanisme de contingentement pour un ou plusieurs territoires non signataires, permettant aux PPC de fixer et d'allouer des contingents aux personnes d'un territoire non signataire qui se livrent à la commercialisation interprovinciale de poulet et de déterminer, aux fins d'une commercialisation ordonnée du poulet, la quantité de poulet produit dans un territoire non signataire pouvant être commercialisé dans les provinces signataires et les conditions de cette commercialisation.</p> <p>(3) Les PPC peuvent réduire ou refuser d'allouer, pour des périodes ultérieures, de la façon et dans la mesure qu'ils jugent appropriées, le contingent d'un producteur qui a produit et commercialisé du poulet au-delà du contingent qui lui a été alloué.</p> <p>(4) En établissant un mécanisme de contingentement conformément au paragraphe (1), les PPC doivent fixer l'allocation de chaque province signataire, pour une année, de manière que la somme des nombres suivants pour cette province soit égale au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe (5) pour l'année pour cette province :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent; b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur le marché intraprovincial est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent; et c) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue au cours de l'année selon une autorisation autre que par contingents. |
|--|--|

- (5) The number of kilograms of chicken initially established for a year in respect of a signatory province set out in Column 1 of the table to this subsection is the number of kilograms set out in Column 2.

Item	Column 1	Column 2
1.	Ontario	137,200,000
2.	Quebec	118,596,000
3.	Nova Scotia	15,075,000
4.	New Brunswick	10,208,000
5.	Manitoba	15,773,000
6.	British Columbia	36,088,000
7.	Prince Edward Island	737,000
8.	Saskatchewan	9,130,000
9.	Alberta	27,053,000
10.	Newfoundland	2,784,000

- (6) In establishing a quota system in accordance with subsection (2), CFC shall establish its allocation for each non-signatory territory in such a manner that the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces in a year, under quotas allotted by CFC, equals the average number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, in a year, during the five years beginning on January 1, 1986 and ending on December 31, 1990.
- (7) Despite subsection (6), CFC may establish the initial and any subsequent allocation to a non-signatory territory for a period other than a year.

- (5) Le nombre de kilogrammes de poulet initialement alloué pour une année à une province signataire visée à la colonne 1 du tableau du présent paragraphe est le nombre visé à la colonne 2.

Itème	Colonne 1	Colonne 2
1.	Ontario	137 200 000
2.	Québec	118 596 000
3.	Nouvelle-Écosse	15 075 000
4.	Nouveau-Brunswick	10 208 000
5.	Manitoba	15 773 000
6.	Colombie-Britannique	36 088 000
7.	Île-du-Prince-Édouard	737 000
8.	Saskatchewan	9 130 000
9.	Alberta	27 053 000
10.	Terre-Neuve	2 784 000

- (6) Lors de l'établissement du mécanisme de contingentement conformément au paragraphe (2), les PPC fixent l'allocation de chaque territoire non signataire de manière que le nombre de kilogrammes de poulet produit dans le territoire non signataire et dont la commercialisation est autorisée au cours d'une année sur le marché interprovincial dans les provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, soit égal au nombre moyen annuel de kilogrammes de poulet produit dans le territoire non signataire et commercialisé sur le marché interprovincial dans une année dans les provinces signataires au cours des cinq années commençant le 1^{er} janvier 1986 et se terminant le 31 décembre 1990.
- (7) Malgré le paragraphe (6), les PPC peuvent établir l'allocation initiale et les allocations ultérieures d'un territoire non signataire pour une période autre qu'annuelle.

Changes to Quota Allocation

- 7.(1) Unless the process set out in the Operating Agreement for making changes to quota allocation has been followed, no order or regulation shall be made with respect to the allocation to a signatory province if its effect would be to increase or decrease, to a number that is different on a yearly basis from the number of kilograms of chicken set out in respect of that province in the table to subsection 6(5), the aggregate of:
- a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board, and to be marketed in intraprovincial trade, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and
 - b) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade as authorized other than by quotas.
- (2) Despite subsection (1) and section 6, subsequent to the initial allocation made in accordance with section 6, CFC may allocate quotas to a signatory province for a period other than a year.
- (3) No order or regulation shall be made with respect to a non-signatory territory if its effect would be to increase or decrease the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, under quotas allotted by CFC, to a number that is different on a yearly basis, from the number of kilograms of chicken referred to in subsection 6(6), unless the increase or decrease is in the same proportion as the

Modification de l'allocation de contingents

- 7.(1) À moins que le processus établi dans l'entente opérationnelle pour modifier l'allocation des contingents n'ait été suivi, il ne peut être pris aucune ordonnance ni aucun règlement relativement à l'allocation d'une province signataire qui aurait pour effet de faire passer la somme des nombres suivants à un nombre supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe 6(5) pour cette province :
- a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et pouvant être commercialisé sur les marchés interprovincial et d'exportation selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent et sur le marché intraprovincial selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent; et
 - b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue sur les marchés intraprovincial, interprovincial et d'exportation selon une autorisation autre que par contingents .
- (2) Malgré le paragraphe (1) et l'article 6, à la suite d'une allocation initiale faite conformément à l'article 6, les PPC peuvent allouer des contingents à une province signataire pour une période autre qu'annuelle.
- (3) Il ne peut être pris aucune ordonnance ni aucun règlement, relativement à un territoire non signataire, qui aurait pour effet de faire passer le nombre de kilogrammes de poulet produit dans ce territoire non signataire et pouvant être commercialisé sur le marché interprovincial à destination des provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, à un nombre supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au paragraphe 6(6) à moins

average increase or decrease in an order or regulation made by CFC in respect to the signatory provinces in accordance with this section.

8. The quota allocation for a signatory province or a non-signatory territory:
 - a) shall not be augmented as a result of predatory marketing practices, including the shorting of a market traditionally supplied for the purpose of supplying a market not traditionally supplied; and
 - b) shall be liable to subsequent adjustment if such predatory marketing practices have occurred.
9. If a delegation is made under subsection 22(3) of the Act, CFC shall, by order, prescribe the function that is to be performed on behalf of CFC and the limitations, if any, imposed on the Board or Commodity Board in the exercise of that function.
10. In making orders and regulations establishing and implementing a quota system, CFC shall have regard to equivalent orders and regulations made by the appropriate Board or Commodity Board and shall, in so far as possible, make orders and regulations in such a manner as to complement those made by the Board or the Commodity Board.

Licensing

- 11.(1) CFC shall, with respect to the signatory provinces, and may, with respect to a non-signatory territory, by order or regulation, establish a system for the licensing of persons who are engaged in the marketing of chicken in interprovincial or export trade, and the system may provide for the payment to the CFC of fees in respect of each licence issued and for the prohibition of predatory marketing practices.

que l'augmentation ou la diminution de ce nombre ne soit proportionnelle à l'augmentation ou à la diminution moyenne pour l'ensemble des provinces signataires suite à une ordonnance ou un règlement pris par les PPC conformément au présent article.

8. L'allocation de contingents à une province signataire ou à un territoire non signataire :
 - a) ne sera pas augmentée à la suite de pratiques de commercialisation abusives, dont la privation d'un marché traditionnellement fourni dans le but de fournir un autre marché non traditionnel; et
 - b) sera passible d'un rajustement subséquent si de telles pratiques de commercialisation abusives ont été exercées.
9. S'il y a délégation de pouvoirs conformément au paragraphe 22(3) de la Loi, les PPC prescrivent, par ordonnance, la fonction qui doit être exercée en leur nom et, s'il y a lieu, les limites imposées à la Régie ou à l'Office de commercialisation dans l'exercice de cette fonction.
10. Lorsque les PPC prennent des ordonnances et des règlements visant l'établissement et la mise en oeuvre d'un contingentement, ils tiennent compte des ordonnances et des règlements équivalents qui émanent de la régie ou de l'office de commercialisation compétent et, dans la mesure du possible, prennent des ordonnances et des règlements de façon à compléter ceux de la régie ou de l'office de commercialisation.

Permis

- 11.(1) Les PPC doivent, dans le cas des provinces signataires, et peuvent, dans le cas d'un territoire non signataire, établir, par ordonnance ou règlement, un mécanisme d'attribution de permis aux personnes qui se livrent à la commercialisation du poulet sur le marché interprovincial ou d'exportation, lequel mécanisme peut prévoir le paiement des droits aux PPC pour chaque permis délivré de même que l'interdiction des pratiques de commercialisation abusives.

- (2) CFC, in establishing a licensing system pursuant to subsection (1), shall prescribe the terms and conditions to which each licence issued pursuant to the system is subject, including:
- a) a condition that the person to whom the licence is issued shall at all times during the term of such licence comply with orders and regulations of CFC or of any Board or Commodity Board; and
 - b) the conditions under which the marketing of chicken may take place interprovincially or for export.

Levies

- 12.(1) CFC may, with respect to the signatory provinces, by order or regulation, impose levies or charges on persons engaged in the production or marketing of chicken and any such order or regulation may classify such persons into groups and specify the levies or charges, payable by members of each such group and provide for the manner of their collection.
- (2) Levies imposed by any order or regulation referred to in subsection (1) shall be established at such levels as to produce in each year a return to CFC that is an amount sufficient to defray its administrative and marketing expenses and costs, as estimated by it, for the year.
- (3) CFC, in estimating its administrative and marketing expenses and costs for a year, may allow for the creation of reserves, the payment of expenses and losses resulting from the sale or disposal of chicken, as CFC considers appropriate, and any other expenses and costs deemed essential by CFC for the realization of its objects.

- (2) Lorsque les PPC établissent un mécanisme d'attribution de permis en application du paragraphe (1), ils doivent stipuler les modalités et conditions afférentes à chaque permis délivré selon le mécanisme, y compris :
- a) une condition portant que le titulaire du permis doit, en tout temps durant la période de validité du permis, se conformer aux ordonnances et règlements des PPC ou d'une Régie ou d'un Office de commercialisation; et
 - b) des conditions selon lesquelles la commercialisation du poulet pourrait se faire au niveau interprovincial ou d'exportation.

Redevances

- 12.(1) En ce qui concerne les provinces signataires, les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, imposer des redevances ou frais aux personnes qui se livrent à la production ou à la commercialisation du poulet, répartir ces personnes en groupes et déterminer les redevances ou frais payables par les membres de chacun de ces groupes ainsi que prévoir le mode de perception des redevances ou frais.
- (2) Les redevances imposées par une ordonnance ou un règlement mentionné au paragraphe (1) doivent être fixées aux niveaux voulus pour assurer chaque année aux PPC une recette suffisante pour couvrir, le montant estimatif de leurs frais d'administration et de commercialisation, pour l'année.
- (3) Lorsque les PPC établissent le montant estimatif de leurs frais d'administration et de commercialisation pour une année, ils peuvent tenir compte de la constitution de fonds de réserve, du paiement des dépenses et des pertes résultant de la vente ou de l'écoulement du poulet selon ce que les PPC jugent appropriées et de tous autres frais et dépenses que les PPC jugent essentiels à la poursuite de leur mission.

- (4) CFC may, with the concurrence of a Commodity Board, appoint that Commodity Board to collect on its behalf the levies or charges imposed by any order or regulation referred to in subsection (1).

- (4) Les PPC peuvent, avec l'assentiment de l'Office de commercialisation, mandater ledit Office de commercialisation de percevoir pour leur compte les redevances ou frais imposés par toute ordonnance ou règlement dont il est fait mention au paragraphe (1).

Debts due to CFC

- 13.(1) Licence fees, levies, or charges prescribed by orders and regulations of CFC shall become debts payable to CFC at the time prescribed in the orders or regulations.

Dettes payables aux PPC

- 13.(1) Les droits d'attribution de permis, les redevances ou les frais prévus par ordonnance ou règlement des PPC deviennent des dettes payables aux PPC au moments prescrits par ordonnance ou règlement.

General

14. With respect to chicken produced in a signatory province and to chicken produced in a non-signatory territory and shipped into a signatory province in interprovincial trade and not for export, CFC shall exercise its powers in such a manner as to preclude any person from selling chicken in a signatory province other than the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced at a price that is less than the aggregate of:

- a) the price charged at or about the same time by the trade for similar sales of chicken of an equivalent variety, class or grade in the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced, and
- b) any reasonable transportation charges for shipping that chicken to the place where it is marketed.

15. CFC shall take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation between itself and each Board and Commodity Board and, without limiting the generality of the foregoing, shall:

- a) make available to each Board or Commodity Board the records, minutes and decisions of CFC;

Dispositions générales

14. En ce qui concerne le poulet produit dans une province signataire et celui produit dans un territoire non signataire et expédié dans une province signataire sur le marché interprovincial et non pour l'exportation, les PPC doivent exercer leurs pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre du poulet dans une province signataire autre que la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit, à un prix qui est inférieur à la somme :

- a) du prix demandé à la même époque ou à peu près celle-ci par le commerce pour les ventes de poulet de type, de classe ou de catégorie équivalent dans la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit; et
- b) du montant des frais de transport raisonnables du poulet vers le lieu où il est commercialisé.

15. Les PPC doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour susciter un haut degré de collaboration entre eux-mêmes et chaque Régie et chaque Office de commercialisation et, sans restreindre la portée générale de ce qui précède, ils doivent :

- a) mettre à la disposition de chaque Régie ou Office de commercialisation les comptes rendus, procès-verbaux et décisions des PPC;

- b) allow an officer or employee of a Board or Commodity Board who is designated by the Board or Commodity Board for such purpose to attend meetings of CFC at which any matter that is of concern to the particular Board or Commodity Board is likely to be discussed and for such purpose shall give notice of such meetings to the officer or employee so designated; and
- c) give notice of each order or regulation that it proposes to make to each Board or Commodity Board that is likely to be affected in its operation by the enactment of the order or regulation.

Review of Marketing Plan

- 16.(1) CFC shall, at least once in each year and as often as a meeting is requested, as provided in subsection (2), hold a meeting for the purpose of reviewing the terms of this marketing plan and of any orders and regulations made under the Act to implement the Plan with a view to determine whether or not any modifications are required in order to facilitate the carrying out by CFC of its objects.
- (2) A meeting referred to in subsection (1) shall be held as soon as is reasonably convenient after receipt by CFC of a written request for such a meeting from the Board and Commodity Board for each of at least two provinces.

¹ This Annex is a compilation document of the original Proclamation and all subsequent amendments.

- b) autoriser un fonctionnaire ou un employé d'une Régie ou d'un Office de commercialisation, désigné à cet effet par la Régie ou l'Office de commercialisation, d'assister aux réunions des PPC au cours desquelles doit être traitée une question intéressant la Régie ou l'Office de commercialisation concerné et, à cette fin, doivent aviser desdites réunions le fonctionnaire ou à l'employé ainsi désigné; et
- c) informer de tout projet d'ordonnance ou de règlement la Régie ou l'Office de commercialisation dont le fonctionnement pourrait être touché par la mise en vigueur dudit règlement ou de ladite ordonnance.

Examen du Plan de commercialisation

- 16.(1) Au moins une fois par année et chaque fois qu'il y a lieu de tenir une réunion conformément aux prescriptions du paragraphe (2), les PPC doivent tenir une réunion pour examiner ledit Plan de commercialisation ainsi que toute ordonnance rendue et tout règlement établi en vertu de la Loi pour la mise à exécution du Plan afin d'établir l'opportunité ou la nécessité d'y apporter des modifications pour faciliter aux PPC la réalisation de leurs objectifs.
- (2) Une réunion visée au paragraphe (1) se tient aussitôt que possible après que les PPC ont reçu une demande écrite en ce sens de la part de la Régie ou de l'Office de commercialisation d'au moins deux provinces.

¹ La présente annexe est un résumé de la Proclamation originale et de toutes ses modifications subséquentes.

SCHEDULE "B"

ANNEXE « B »

Signed by all Signatories

Signé par tous les signataires

IMPLEMENTATION

10/01/2007

(DATE D'ENTRÉE) EN VIGUEUR

AMENDED

03/11/2006

MODIFIÉE

SCHEDULE "B"

OPERATING AGREEMENT

1.00 Purpose and Objective

- 1.01** The purpose of this Schedule is to set out the fundamentals of the operation of the coordinated orderly marketing system for chicken.
- 1.02** The provisions of this Operating Agreement are to be carried out consistent with all applicable legislation and the Federal Provincial Agreement and any other Schedules attached thereto.
- 1.03** Chicken Farmers of Canada may adopt bylaws, resolutions, policies and guidelines to ensure the effective functioning of this Schedule provided that they are consistent with this Schedule, all applicable legislation and the Federal Provincial Agreement and any Schedules attached thereto.

2.00 Interpretation

2.01 For purposes of this Agreement:

- a) "audit period" means two consecutive periods, as established by CFC from time to time;
- b) "base" is the reference point, not including market development quota, from which a province's quota allocation for a period is determined;
- c) "CFC" means Chicken Farmers of Canada;
- d) "double majority vote" means a CFC vote having the support of more than 50 percent of the members representing more than 50 percent of chicken production market share, present for the vote;
- e) "exceptional circumstances" refer to market, not production related, circumstances that cannot be met by normal

ANNEXE « B »

ENTENTE OPÉRATIONNELLE

1.00 Objet et but

- 1.01** La présente Annexe vise à établir les principes fondamentaux de l'exploitation du système coordonné de commercialisation ordonnée du poulet.
- 1.02** Les dispositions de la présente Entente Opérationnelle sont réalisées conformément à toutes les lois applicables, à l'Accord fédéral provincial et à toute autre annexe qui y est jointe.
- 1.03** Les Producteurs de poulet du Canada peuvent adopter des règlements administratifs, des résolutions, des politiques et des lignes directrices visant à assurer le fonctionnement efficace de la présente Annexe, pourvu qu'ils soient conformes à la présente Annexe, à toutes les lois applicables, à l'Accord fédéral provincial et à toute autre annexe qui y est jointe.

2.00 Interprétation

2.01 Les définitions suivantes s'appliquent à la présente Entente :

- a) « période de vérification » : Deux périodes consécutives telles qu'établies par les PPC, de temps à autre;
- b) « base » : Point de référence, excluant le contingent d'expansion du marché, à partir duquel l'allocation de contingents à une province pour une période donnée est déterminée;
- c) « PPC » : Producteurs de poulet du Canada;
- d) « vote à la double majorité » : Résolution des PPC recevant l'appui de plus de 50 p. 100 des membres représentant plus de 50 p. 100 des parts du marché de la production de poulet et qui sont présents au moment du vote;
- e) « circonstances particulières » : Les circonstances, qui se rapportent au marché et non à la production, auxquelles la

market growth within the flexibility of the regional range and the provincial range, and that may necessitate an increase in the provincial range;

- f) “federal quota” means the quantity of chicken expressed in live weight that a producer is entitled to market in interprovincial and export trade in a period, and is allotted to the producer by the Provincial Commodity Board on behalf of CFC;
- g) “market development quota” means a form of quota allocation for allotment to producers by a Provincial Commodity Board pursuant to a provincial market development program that is in accordance with a market development policy developed by CFC;
- h) “non-producer member” means a person appointed to CFC by the Canadian Poultry and Egg Processors Council, the Further Poultry Processors Association of Canada, and the Canadian Restaurant and Food Service Association, pursuant to the Schedule to the Proclamation;
- i) “period” means the length of time, as established by CFC from time to time, during which chicken produced in a province is authorized to be marketed;
- j) “Provincial Commodity Board member” means a person appointed to CFC by a Provincial Commodity Board, pursuant to the Schedule to the Proclamation, who is a resident of the province for which that Board is established;
- k) “provincial quota” means the quantity of chicken expressed in live weight that a producer is entitled to market in intraprovincial trade in a period, and is allotted to the producer by the Provincial Commodity Board;

croissance normale du marché à l’intérieur de la souplesse de l’échelle régionale et de l’échelle provinciale ne peut répondre, et qui peuvent nécessiter une augmentation de l’échelle provinciale;

- f) « contingent fédéral » : Quantité de poulet exprimée en poids vif qu’un producteur est autorisé à commercialiser dans le cadre du commerce interprovincial et à l’exportation au cours d’une période donnée et qui lui est attribuée par l’office de commercialisation provincial pour le compte des PPC;
- g) « contingent d’expansion du marché » : Forme d’allocation de contingents attribués aux producteurs par un office de commercialisation provincial en vertu d’un programme provincial d’expansion du marché et conformément à la politique d’expansion du marché élaborée par les PPC;
- h) « membre non producteur » : Personne nommée au sein des PPC par le Conseil canadien des transformateurs d’œufs et de volailles, l’Association canadienne des sur-transformateurs de volailles et l’Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires en vertu de l’Annexe à la Proclamation;
- i) « période » : Période, telle qu’elle est établie par les PPC de temps à autre, au cours de laquelle le poulet produit dans une province peut être commercialisé;
- j) « membre d’un office de commercialisation provincial » : Personne nommée au sein des PPC par un office de commercialisation provincial, en vertu de l’Annexe à la Proclamation et qui réside dans la province où l’office est établi;
- k) « contingent provincial » : Quantité de poulet exprimée en poids vif qu’un producteur est autorisé à commercialiser dans le cadre du commerce intraprovincial au cours d’une période donnée et qui lui est attribuée par l’office de commercialisation provincial;

- l) “provincial range” means the percentage change from the base, not including market development quota, for a province for a period;
 - m) “quota allocation” means the allocation by CFC to a province for a period fixing the quantity of chicken that may be marketed by producers of that province in interprovincial and export trade;
 - n) “quota allotment” means federal and provincial quota allotted, in any form, to a producer for a period by a Provincial Commodity Board on behalf of CFC and pursuant to its own jurisdiction respectively;
 - o) “region” means
 - i) the Western region, comprised of British Columbia, Alberta, Saskatchewan and Manitoba,
 - ii) the Central region, comprised of Ontario and Quebec, and
 - iii) the Atlantic region, comprised of New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia and Newfoundland;
 - p) “regional range” means the percentage change from the base, not including market development quota, for provinces in a region for a period;
 - q) “special vote”, as referenced in this Operating Agreement, means a CFC vote having the support of all Provincial Commodity Board members present for the vote; and
 - r) “triple majority vote” means a CFC vote having the support of more than 50 percent of the members representing more than
- l) « échelle provinciale » : Changement en pourcentage par rapport à la base, excluant le contingent d’expansion du marché, pour une province pendant une période donnée;
 - m) « allocation de contingents » : Contingents attribués par les PPC à une province pour une période donnée et qui établit la quantité de poulet qui peut être commercialisée par les producteurs de cette province dans le cadre du commerce interprovincial et à l’exportation;
 - n) « répartition de contingents » : Contingents fédéral et provincial répartis, sous n’importe quelle forme, à un producteur pour une période donnée par un office de commercialisation provincial pour le compte des PPC et dans le cadre de l’exercice de sa propre compétence;
 - o) « région » :
 - i) la région de l’Ouest, comprenant la Colombie-Britannique, l’Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba;
 - ii) la région du Centre, comprenant l’Ontario et le Québec; et
 - iii) la région de l’Atlantique, comprenant le Nouveau-Brunswick, l’Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve;
 - p) « échelle régionale » : Changement en pourcentage par rapport à la base, excluant le contingent d’expansion du marché, pour les provinces dans une région donnée pendant une période donnée;
 - q) « résolution spéciale » : Aux fins de la présente Entente opérationnelle, résolution adoptée par les PPC et qui est approuvée par tous les membres des offices de commercialisation provinciaux présents pour le vote; et
 - r) « vote à la triple majorité » : Résolution adoptée par les PPC recevant l’appui de plus de 50 p. 100 des membres représentant

50 percent of chicken production market share and including 50 percent or more of the non-producer members, present for the vote.

plus de 50 p. 100 des parts du marché de la production de poulet et de 50 p. 100 ou plus des membres non producteurs présents au moment du vote.

3.00 Quota Allocation Procedures

3.00 Méthode d'allocation de contingents

3.01 Quota allocation will be on a period by period basis.

3.01 L'allocation de contingents est faite périodiquement.

3.02 For six (6) periods at a time, the CFC will establish the initial base for each province in each period based on the lesser of: (i) the quota allocation to the province, not including market development quota, for production and marketing in the equivalent weeks of the previous year, or (ii) the quota allotments by the Provincial Commodity Board to producers in the province, not including market development quota, for production and marketing in the equivalent weeks in the previous year.

3.02 Les PPC établissent, pour six (6) périodes à la fois, la base initiale pour chaque province au cours de chaque période fondée sur le moindre des deux éléments suivants : (i) l'allocation de contingents à la province, excluant le contingent d'expansion du marché, pour la production et la commercialisation au cours des semaines équivalentes de l'année précédente, ou (ii) les répartitions de contingents par l'office de commercialisation provincial aux producteurs de la province, excluant le contingent d'expansion du marché, pour la production et la commercialisation au cours des semaines équivalentes de l'année précédente.

3.03 Each Provincial Commodity Board will have an opportunity to make a request, supplemented by written rationale, to adjust the initial base allocation for one or more of the six (6) periods provided that the adjustments for any period do not exceed five (5) percent, which percentage may be adjusted from time to time by a special vote, and the total of the bases for the six periods does not change.

3.03 Chaque office de commercialisation provincial peut demander, en fournissant des motifs écrits, le rajustement de l'allocation de base initiale pour une ou plusieurs des six (6) périodes, pourvu que les rajustements ne dépassent pas cinq (5) p. 100, pourcentage qui peut être rajusté de temps à autre par une résolution spéciale, et que le total des bases pour les six périodes ne change pas.

3.04 CFC will establish the bases for each province for the six periods having full regard to the adjustments, if any, requested by the provincial commodity board pursuant to section 3.03.

3.04 Les PPC établissent les bases pour chaque province pendant les six périodes en tenant pleinement compte, le cas échéant, des rajustements demandés par l'office de commercialisation provincial conformément à l'article 3.03.

3.05 Prior to each period, CFC, based on market information, will determine, by triple majority vote, on a national basis, the anticipated growth rate relative to the base allocation for that period,

3.05 Avant chaque période, les PPC, à partir de l'information sur les marchés, détermineront, par vote à la triple majorité et sur le plan national, le taux de croissance par rapport à

which will set the regional range, provincial range and market responsiveness pool for that period as outlined in the table below.

Anticipated Growth Rate	Regional Range	Provincial Range	Market Responsiveness Pool
5%	6%	9.5%	1.75%
4%	5%	8%	1.5%
3%	4%	6.5%	1.25%
2%	3%	5%	1%
1%	2%	3.5%	0.75%
0%	1%	2%	0.5%
-1%	-0.5%	0%	0.25%
-2%	-1.5%	-1%	0%

- 3.06** The percentages in section 3.05 may be adjusted from time to time by special vote.
- 3.07** Where under section 3.05 CFC is unable to determine the anticipated growth rate for that period, the regional range will be as provided for in section 4.01; the provincial range will be as provided for in section 4.06; and the market responsiveness pool will be as provided for in section 4.02(a) or 4.02(b).
- 3.08** Once the regional range, provincial range and market responsiveness pool have been determined for the period, each Provincial Commodity Board agrees to make a written quota allocation request to CFC in the following manner:
- a) in accordance with the procedures, if any, established pursuant to section 5.01 below, the Provincial Commodity Board will consult with its processors using a “bottom up” approach and, having regard to the market

l’allocation de base prévu pour cette période. C’est ainsi que seront fixés l’échelle régionale, l’échelle provinciale et le fonds commun d’adaptation au marché pour cette période. Voir le tableau ci-dessus.

Taux de croissance prévu	Échelle régionale	Échelle provinciale	Fonds commun d’adaptation au marché
5 %	6 %	9,5 %	1,75 %
4 %	5 %	8 %	1,5 %
3 %	4 %	6,5 %	1,25 %
2 %	3 %	5 %	1 %
1 %	2 %	3,5 %	0,75 %
0 %	1 %	2 %	0,5 %
-1 %	-0,5 %	0 %	0,25 %
-2 %	-1,5 %	-1 %	0 %

- 3.06** Les pourcentages inscrits au alinéa 3.05 peuvent être rajustés, de temps à autre, par résolution spéciale.
- 3.07** Lorsqu’en vertu de l’article 3.05 les PPC ne peuvent établir le taux de croissance pour cette période, l’échelle régionale sera telle que stipulée dans l’article 4.01; l’échelle provinciale sera telle que stipulée dans l’article 4.06; et le fonds commun d’adaptation au marché sera tel que stipulé dans les articles 4.02(a) ou 4.02(b).
- 3.08** Chaque office de commercialisation provincial accepte de déposer auprès des PPC, une fois que seront fixés l’échelle régionale, l’échelle provinciale et le fonds commun d’adaptation au marché pour cette période, une demande écrite d’allocation de contingents de la façon suivante :
- a) l’office de commercialisation provincial consulte ses transformateurs, conformément à la procédure, s’il y en a une, qui est établie en vertu de l’article 5.01, en utilisant une approche « ascendante » et, après avoir

requirements proposed by those processors, will arrive at the estimated provincial market requirements prior to the submission of the quota allocation request for the period to CFC;

- b) in accordance with the procedures, if any, established pursuant to section 5.02 below, Provincial Commodity Boards in each region shall consider discussing market conditions and estimated market requirements in the region prior to the submission of the quota allocation request by each Provincial Commodity Board to CFC; and
- c) in submitting its quota allocation request to CFC for a period, each Provincial Commodity Board will provide to CFC the rationale for the request which will enable CFC to fulfill its obligations under the Farm Products Agencies Act, including those in section 23(2).

3.09 On a period by period basis, for each province, CFC will fix and determine the quota allocation by double majority vote having regard to the quota allocation request made by the Provincial Commodity Board in conformity with section 3.08.

3.10 Each Provincial Commodity Board will make quota allotments, in any form, to producers in a province such that the quantity of chicken authorized to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade is produced.

3.11 The quantity of chicken that a producer is entitled to market under a federal quota for a period shall equal the quota allotment to the producer for that period by the Provincial

examiné les besoins de marché proposés par ces transformateurs, estime les besoins du marché provincial avant de soumettre aux PPC la demande d'allocation de contingents pour la période;

- b) les offices de commercialisation provinciaux de chaque région envisagent de discuter, conformément à la procédure, s'il y en a une, qui est établie en vertu de l'article 5.02 ci-dessous, des conditions de marché et des estimations des besoins du marché dans la région avant de présenter la demande d'allocation de contingents aux PPC; et
- c) lorsqu'il présente sa demande d'allocation de contingents aux PPC pour une période, chaque office de commercialisation provincial fournit aux PPC la justification de la demande, ce qui permet aux PPC de s'acquitter de leurs obligations en vertu de la Loi sur les offices des produits agricoles, y compris celles qui sont prévues au paragraphe 23(2).

3.09 Les PPC déterminent et établissent l'allocation de contingents de chaque province de période en période par vote à la double majorité et en tenant compte de la demande d'allocation de contingents présentée par l'office de commercialisation provincial conformément à l'article 3.08.

3.10 Chaque office de commercialisation provincial fixe, sous n'importe quelle forme, la répartition de contingents aux producteurs de la province, de telle sorte que la quantité de poulet autorisée à être commercialisée dans le cadre du commerce intraprovincial, interprovincial et à l'exportation soit produite.

3.11 La quantité de poulet qu'un producteur est en droit de commercialiser selon un contingent fédéral pour une période correspond à la répartition de contingents qui lui a été attribuée

Commodity Board of the province minus the quantity of chicken marketed by that producer in intraprovincial trade in that province during the period.

3.12 Quota allocations will only exceed the provincial range and regional range in accordance with section 4.00.

3.13 CFC is responsible for establishing the timetable for completing the steps in the quota allocation process in this section.

4.00 Adjustments to Quota Allocation

4.01 For provinces in a region the regional range shall allow for quota allocation changes of up to five (5) percent. An adjustment to the regional range, which is not temporary and which establishes a new regional range, requires a special vote.

4.02 Temporary changes to the regional range shall be automatically provided for in the following circumstances:

- a) if in a period only one region's quota allocation request exceeds the regional range, a market responsiveness pool equal to a quantity, in kilograms, of up to one and a half (1.5) percent of the base of the provinces in that region for that period will be available to meet the market requirements of that region; and
- b) if the quota allocation requests of provinces totalling sixty (60) percent or more of the total of the bases for all provinces are one (1) percent or less above each of their respective bases for that period and the immediately preceding period the regional range will be two (2) percent, the provincial range

pour cette période par l'office de commercialisation provincial moins la quantité de poulet qu'il commercialise dans le cadre du commerce intraprovincial dans cette province au cours de cette période.

3.12 Tout excédent de l'allocation de contingents par rapport à l'échelle provinciale et à l'échelle régionale doit être établi conformément à l'article 4.00.

3.13 Il incombe aux PPC d'élaborer le calendrier des étapes de la réalisation du processus d'allocation de contingents prévu dans le présent article.

4.00 Rajustements de l'allocation de contingents

4.01 L'échelle régionale établie pour les provinces d'une région permet que des modifications pouvant atteindre cinq (5) pour cent soient apportées à l'allocation de contingents. Tout rajustement de l'échelle régionale établie qui n'est pas temporaire et qui établit une nouvelle échelle régionale doit être entériné par une résolution spéciale.

4.02 L'échelle régionale doit automatiquement faire l'objet de modifications temporaires dans les circonstances suivantes :

- a) si parmi les demandes d'allocation de contingents par les régions pour une période il n'y en a qu'une qui dépasse l'échelle régionale, un fonds commun d'adaptation au marché égal à la quantité, en kg, jusqu'à un et demi (1,5) pour cent de la base des provinces dans cette région pendant cette période sera disponible pour répondre aux besoins du marché de cette région; et
- b) si les demandes d'allocation de contingents des provinces représentant soixante (60) pour cent ou plus du total des bases de toutes les provinces ne dépassent pas de plus d'un (1) pour cent leurs bases respectives pour cette période et la période précédente, l'échelle régionale sera deux (2) pour

three and a half (3.5) percent, and the market responsiveness pool three quarters of one (0.75) percent for that period.

cent, l'échelle provinciale sera trois et demi (3,5) pour cent, et le fonds commun d'adaptation au marché sera trois quarts de un (0,75) pour cent pour cette période.

- 4.03** A review of the regional range shall be provided for in the following circumstances:
- a) quota allocation requests of two or more regions exceed the regional range;
 - b) such other market indicators as are determined from time to time by special vote; or
 - c) a CFC member requests a review of the regional range whether by reason of unacceptable producer prices or otherwise.
- 4.04** Other than pursuant to section 4.02, a temporary change to the regional range requires a triple majority vote and will apply for a maximum of one period, after which it automatically reverts to the previous regional range.
- 4.05** The percentages in sections 4.02(a) and 4.02(b) may be adjusted from time to time by special vote.
- 4.06** For a province the provincial range shall allow for quota allocation changes of up to eight (8) percent. An adjustment to the provincial range, which is not temporary and which establishes a new provincial range, requires a special vote.
- 4.07** Other than pursuant to section 4.08, a temporary change to the provincial range requires a triple majority vote and will apply for a maximum of one period, after which it automatically reverts to the previous provincial range.

- 4.03** L'échelle régionale peut faire l'objet d'un examen dans les circonstances suivantes :
- a) les demandes d'allocation de contingents de deux régions ou plus dépassent l'échelle régionale;
 - b) d'autres indicateurs du marché tels que ceux qui sont déterminés par résolution spéciale de temps à autre; ou
 - c) un membre des PPC demande un examen de l'échelle régionale parce que les prix aux producteurs sont inacceptables ou pour un autre motif.
- 4.04** Une modification temporaire de l'échelle régionale, autre que celle qui est prévue à l'article 4.02, doit être entérinée par un vote à la triple majorité et s'applique pendant une période au maximum; après quoi, l'échelle régionale revient à son niveau antérieur.
- 4.05** Les pourcentages inscrits aux alinéas 4.02(a) et 4.02(b) peuvent être rajustés, de temps à autre, par résolution spéciale.
- 4.06** L'échelle provinciale d'une province permet d'apporter des modifications pouvant atteindre huit (8) pour cent à l'allocation de contingents. Un rajustement de l'échelle provinciale, qui n'est pas temporaire et qui établit une nouvelle échelle provinciale, doit être entériné par une résolution spéciale.
- 4.07** Une modification temporaire à l'échelle provinciale, autre que celle prévue à l'article 4.08, doit être entérinée par un vote à la triple majorité. Cette modification sera en vigueur pendant une période seulement, après quoi il y aura retour automatique à l'échelle provinciale originale.

- | | |
|---|--|
| <p>4.08 A Provincial Commodity Board may request a quota allocation that exceeds the provincial range for one or more periods to accommodate exceptional circumstances. CFC shall establish the process for making an exceptional circumstance request and the criteria to be applied when considering such request.</p> | <p>4.08 Un office de commercialisation provincial peut demander une allocation de ses contingents qui dépasse l'échelle provinciale pour une ou plusieurs périodes afin de répondre à des circonstances particulières. Les PPC établissent le processus de présentation d'une demande fondée sur des circonstances particulières ainsi que les critères d'examen d'une telle demande.</p> |
| <p>4.9 In considering an exceptional circumstance request pursuant to section 4.08, CFC will take into account growth both within and above the provincial range.</p> | <p>4.09 Lors de l'examen d'une demande fondée sur des circonstances particulières présentée conformément à l'article 4.08, les PPC peuvent accorder une allocation de contingents qui tiennent compte de la croissance à l'intérieur ou au-delà de l'échelle provinciale.</p> |
| <p>4.10 An increase, pursuant to section 4.08, in the provincial range of a province requires a double majority vote.</p> | <p>4.10 Une augmentation de l'échelle provinciale d'une province conformément à l'article 4.08 doit être entérinée par un vote à la double majorité.</p> |
| <p>4.11 Where an exceptional circumstance request is approved in whole or in part, the additional kilograms allocated will not be considered in calculating the requirements for the regional range.</p> | <p>4.11 Lorsqu'une demande fondée sur des circonstances particulières est approuvée en tout ou en partie, les kilogrammes supplémentaires alloués ne sont pas pris en compte lors du calcul des besoins pour l'échelle régionale.</p> |
| <p>4.12 Inter-period quota transfers are permitted for seasonal slaughtering circumstances. The process for inter-period quota transfers shall be set out in a CFC policy, as amended from time to time.</p> | <p>4.12 Les transferts de contingents entre périodes sont permis pour s'adapter aux circonstances d'abattage saisonnier. Les PPC adoptent une ligne de conduite sur le processus de transferts de contingents entre périodes et peuvent la modifier de temps à autre.</p> |
| <p>5.00 Reconciliation of Provincial Market Requirements</p> | <p>5.00 Conciliation des besoins de marché provinciaux</p> |
| <p>5.01 Each Provincial Commodity Board, in consultation with its processors, will establish a method to reconcile provincial market requirements with the provincial range for the province and the regional range prior to submitting its quota allocation request for a period to CFC.</p> | <p>5.01 Chaque office de commercialisation provincial établit, en consultation avec ses transformateurs, une méthode pour concilier les besoins du marché provincial avec l'échelle provinciale pour la province et l'échelle régionale avant de présenter aux PPC sa demande d'allocation de contingents pour une période.</p> |
| <p>5.02 The Provincial Commodity Boards in each region will establish a method to reconcile provincial market requirements with the</p> | <p>5.02 Les offices provinciaux de commercialisation dans chaque région établissent une méthode pour concilier les besoins du marché provincial</p> |

regional range for the period.

6.00 Levies, Charges & Service Fees

6.01 CFC and each Provincial Commodity Board agree to maintain levy and service fee arrangements and agreements to defray the administrative and marketing costs of the orderly marketing system for chicken. These arrangements and agreements, while differing as to the technique utilized, provide for the following:

- a) The Provincial Commodity Boards for Ontario, Manitoba and New Brunswick individually agree, as agents of CFC, to collect and remit to CFC, the levies imposed by CFC, pursuant to delegated authority, on producers engaged in the marketing of live chicken in intraprovincial trade;
- b) The Provincial Commodity Boards for British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Quebec, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland individually agree to pay to CFC, for services rendered by CFC in the operation of the orderly marketing system, a service fee calculated on live chicken marketed by producers in intraprovincial trade within the province equivalent to the CFC levy in subsection 6.01(a);
- c) CFC agrees to pay to each of the Provincial Commodity Boards in all the respective provinces, for services rendered by each of the Provincial Commodity Boards in the operation of the orderly marketing system, a service fee calculated on all live chicken marketed by producers in interprovincial

avec l'échelle régionale pour la période.

6.00 Redevances, frais et frais de service

6.01 Les PPC et chaque office de commercialisation provincial acceptent de maintenir des arrangements et des ententes relatives aux redevances et aux frais de services pour défrayer les coûts d'administration et de commercialisation du système de commercialisation ordonnée du poulet. La technique utilisée dans chaque cas peut varier, mais ces arrangements et ces ententes prévoient ce qui suit :

- a) Les offices provinciaux de commercialisation de l'Ontario, du Manitoba et du Nouveau-Brunswick acceptent individuellement, en tant qu'agents des PPC, de percevoir et de remettre aux PPC les redevances que les PPC imposent, conformément aux pouvoirs qui leur ont été délégués, aux producteurs qui participent à la commercialisation de poulets vivants dans le cadre du commerce intraprovincial;
- b) Les offices provinciaux de commercialisation de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Québec, de la Nouvelle-Écosse, de l'Île-du-Prince-Édouard et de Terre-Neuve acceptent individuellement de payer aux PPC des frais de services pour les services rendus par les PPC dans l'exploitation du système de la commercialisation ordonnée; ces frais de service sont calculés sur les poulets vivants commercialisés par les producteurs dans le cadre du commerce intraprovincial au sein de la province et correspondent aux redevances des PPC prévues à l'alinéa 6.01(a);
- c) Les PPC acceptent de payer à chaque office de commercialisation provincial de chaque province des frais de services pour les services rendus par chaque office de commercialisation provincial dans le cadre de l'exploitation du système de la commercialisation ordonnée; ces frais de services sont calculés

and export trade equal to the levy imposed by the Provincial Commodity Board for the administration of its provincial plan exclusive of payments to CFC under 6.01(a) or the service fee paid to CFC under 6.01(b);

- d) Provided best efforts have been used to collect the monies owed, the payment and remittance obligations in this section only apply in respect of monies actually collected from producers; and
- e) CFC and each Provincial Commodity Board agree to pay or remit the monies owing under this section by no later than the 25th day of the month after such amounts were collected from producers and to pay interest at the prime rate of CFC's Bank, plus one (1) percent, calculated daily, on any late payments or remittances.

6.02 CFC and each Provincial Commodity Board agree to establish and maintain an overmarketing levy scheme as set out below:

- a) CFC and each Provincial Commodity Board agree to impose overmarketing levies on producers in respect of the quantity of chicken marketed by those producers in excess of their quota allotments;
- b) CFC agrees that each Provincial Commodity Board is solely responsible for collecting the overmarketing levies payable by its producers, either acting under its own authority or as agent for CFC. While recognizing that provincial overmarketing levy collection practices and policies may

sur tous les poulets vivants commercialisés par les producteurs dans le cadre du commerce interprovincial et à l'exportation et sont équivalents aux redevances imposées par l'office de commercialisation provincial pour l'administration de son plan provincial à l'exception des paiements faits aux PPC en vertu de l'alinéa 6.01(a) ou des frais de services versés aux PPC en vertu de l'alinéa 6.01 (b);

- d) Pourvu que tout ait été mis en oeuvre pour percevoir les sommes dues, les offices de commercialisation provinciaux et les PPC ne sont tenus en vertu présent article de payer et de remettre que les sommes effectivement perçues des producteurs; et
- e) Les PPC et chaque office de commercialisation provincial acceptent de payer ou de remettre les sommes dues en vertu du présent article au plus tard le 25^e jour du mois suivant la perception de ces montants des producteurs et de payer de l'intérêt au taux préférentiel de la banque des PPC, plus 1 p. 100, calculé quotidiennement, sur tout paiement ou toute remise en souffrance.

6.02 Les PPC et chaque office de commercialisation provincial acceptent d'établir et de maintenir un régime de redevances pour commercialisation à outrance tel qu'il est énoncé ci-dessous :

- a) Les PPC et chaque office de commercialisation provinciale acceptent d'imposer aux producteurs une redevance pour commercialisation à outrance sur la quantité de poulet commercialisée par ces producteurs au-delà de leurs répartitions de contingents;
- b) Les PPC conviennent que chaque office de commercialisation provincial assume seul la responsabilité de percevoir les redevances de commercialisation à outrance payables par ses producteurs, dans le cadre de l'exercice de sa propre autorité ou en tant qu'agent des PPC. Tout en reconnaissant que les

vary, each Provincial Commodity Board agrees to arrange those practices and policies consistent with the fulfillment of the levy and service fee remittance and payment commitments in sections 6.02(c) and (d), respectively;

- c) Each Provincial Commodity Board agrees to remit to CFC to promote the marketing of chicken the full amount of the overmarketing levies imposed by CFC in respect of the quantity of chicken marketed by producers in the province in an audit period in excess of the quota allocation for the province plus a two (2) percent sleeve, which sleeve may be adjusted from time to time by special vote;
- d) Each Provincial Commodity Board agrees to pay to CFC for services rendered to promote the marketing of chicken a service fee equivalent to the full amount of the overmarketing levies imposed by the Provincial Commodity Board in respect of the quantity of chicken marketed by producers in the province in an audit period in excess of the quota allocation for the province plus a two (2) percent sleeve, which sleeve may be adjusted from time to time by special vote; and
- e) Interest will apply to the late remittance of overmarketing levies and service fees to CFC in accordance with section 6.01(e).

pratiques et les politiques de perception des redevances de commercialisation à outrance peuvent varier d'une province à l'autre, chaque office de commercialisation provincial convient de faire en sorte que ces pratiques et ces politiques soient conformes à l'exécution de la remise des frais de redevance et des frais de service et aux engagements en matière de paiements prévus aux alinéas 6.02(c) et (d), respectivement;

- c) Chaque office de commercialisation provincial accepte de remettre aux PPC, dans le but de promouvoir la consommation du poulet, le montant total des redevances de commercialisation à outrance imposées par les PPC sur la quantité de poulet commercialisée par les producteurs dans la province au cours d'une période d'évaluation au-delà de l'allocation de contingents pour la province plus une marge de deux (2) pour cent, marge qui peut être rajustée de temps à autre par résolution spéciale;
- d) Chaque office de commercialisation provincial accepte de payer les PPC, pour les services visant à promouvoir la commercialisation du poulet, des frais de services équivalant au montant total des redevances de commercialisation à outrance imposées par l'office de commercialisation provincial sur la quantité de poulet commercialisée par les producteurs dans la province au cours d'une période d'évaluation au-delà de l'allocation de contingents pour la province plus une marge de deux (2) pour cent, marge qui peut être rajustée de temps à autre par résolution spéciale; et
- e) Un intérêt est calculé sur les versements aux PPC des redevances de commercialisation à outrance et de frais de service qui sont en souffrance, conformément à l'alinéa 6.01(e).

7.00 Market Development Policy

7.01 CFC may establish and maintain a Market Development Policy providing for a national framework, coordinated by CFC, in accordance with which Provincial Commodity Boards may establish and maintain provincial market development programs. Any Market Development Policy will be designed to facilitate planned production and marketing of chicken and chicken products.

7.02 Should a Provincial Commodity Board decide to establish a provincial market development program, it agrees to abide by the Market Development Policy and, in order to enable CFC to carry out its mandate under the Market Development Policy, agrees to:

- a) establish and maintain a provincial program that is consistent with CFC's Market Development Policy, does not disrupt the Canadian domestic market and, where applicable, is consistent with Canada's international trade rights and obligations;
- b) file a copy of its provincial program with CFC; and
- c) consult CFC prior to making any amendments to the provincial program and immediately notify CFC of any amendments made to the provincial program.

7.03 CFC shall only make a quota allocation in accordance with the CFC Market Development Policy to a province that maintains a provincial program that is consistent with section 7.02.

7.04 The Market Development Policy may provide for a range for the proportion of quota allocation comprised of chicken produced and marketed under the Market Development Policy, and may provide for adjustments to that range.

7.00 Politique d'expansion du marché

7.01 Les PPC peuvent établir et maintenir une politique d'expansion du marché prévoyant un cadre national, coordonnée par les PPC et dans le cadre de laquelle les offices de commercialisation provinciaux peuvent établir et maintenir des programmes provinciaux d'expansion du marché. Toute politique d'expansion du marché sera conçue en vue de faciliter la production et la commercialisation prévues de poulet et de produits du poulet.

7.02 Si un office de commercialisation provincial décide d'établir un programme provincial d'expansion du marché, il accepte de se conformer à la politique d'expansion du marché et, afin de permettre aux PPC de réaliser leur mandat en vertu de la politique d'expansion du marché, il convient :

- a) d'établir et de maintenir un programme provincial d'expansion du marché qui est compatible avec la politique d'expansion du marché des PPC, qui ne nuit pas au marché intérieur du Canada et, le cas échéant, qui est compatible avec les droits et les obligations du Canada en matière de commerce international;
- b) de remettre un exemplaire de son programme provincial aux PPC; et
- c) de consulter les PPC avant d'apporter des modifications au programme provincial et d'aviser immédiatement les PPC des modifications apportées au programme provincial.

7.03 Les PPC n'allouent de contingents conformément à leur politique d'expansion du marché qu'à une province qui maintient un programme provincial qui est conforme à l'article 7.02.

7.04 La politique d'expansion du marché peut prévoir une échelle pour la proportion de l'allocation de contingents composée de poulet produit et commercialisé en vertu de la politique d'expansion du marché et peut prévoir des rajustements à cette échelle.

8.00 Monitoring and Enforcement

8.01 CFC shall, pursuant to its own and delegated authority, establish and maintain a Monitoring and Enforcement Policy for the recording, monitoring, auditing and enforcement of: authorized quota allocations and quota allotments; provincial live prices; chick placements; and all production and marketing of chicken.

8.02 In order to enable CFC to fulfill the recording, monitoring, auditing and enforcement functions referred to in section 8.01, each Provincial Commodity Board will operate a system of quota allotment that is auditable by CFC, provide reports (including weekly or biweekly reports on regulated marketing of chicken within the province), maintain records and co-operate in CFC audit procedures as provided for in CFC's Monitoring and Enforcement Policy.

8.03 CFC inspectors, appointed under the Farm Products Agencies Act and duly commissioned by provincial signatories authorised to entrust such mandates, will exercise all of the powers in respect of intraprovincial production and marketing that are exercisable by provincially appointed inspectors.

8.04 The Provincial Commodity Boards shall make available to CFC any documents establishing the registration or licensing of producers.

8.05 Provincial Commodity Boards individually agree to be responsible for ensuring that the quantity of chicken produced in the province and marketed in intraprovincial, and interprovincial or export trade, including any quantity of chicken marketed in breach of the quota system in the province, does not exceed the

8.00 Application et suivi

8.01 Les PPC, dans le cadre de l'exercice de leur propre compétence et de leurs pouvoirs délégués, établissent et maintiennent une politique de contrôle et d'application sur l'inscription, la surveillance, la vérification et l'application des allocations et des répartitions de contingents autorisées, le prix de poulets vivants, le placement de poussins et toute la production et la commercialisation de poulet.

8.02 Afin de permettre aux PPC de remplir pleinement les fonctions d'inscription, de surveillance, de vérification et d'application visées à l'article 8.01, chaque office de commercialisation provincial exploite un système de répartition de contingents qui peut être vérifié par les PPC, remet des rapports (y compris des rapports hebdomadaires ou aux deux semaines sur la commercialisation réglementée du poulet dans la province), maintient des dossiers et collabore aux procédures de vérification des PPC telles qu'elles sont décrites dans la politique de contrôle et d'application des PPC.

8.03 Les inspecteurs des PPC, désignés en vertu de la Loi sur les offices des produits agricoles, dûment mandatés par les signataires provinciaux autorisés à confier de tels mandats, exercent tous les pouvoirs ayant trait à la production et à la commercialisation intraprovinciales et qui sont susceptibles d'être exercés par des inspecteurs nommés par les gouvernements provinciaux.

8.04 Les offices de commercialisation provinciaux mettent à la disposition des PPC tout document établissant l'inscription des producteurs ou l'octroi de licence aux producteurs.

8.05 Chaque office de commercialisation provincial accepte la responsabilité de s'assurer que la quantité de poulet produite dans la province et commercialisée dans le cadre du commerce intraprovincial, interprovincial ou à l'exportation, y compris toute quantité de poulet commercialisée en violation du système de

quota allocation to the province. Each Provincial Commodity Board shall take all reasonable steps to fulfill this obligation, including establishing and maintaining provincial monitoring and enforcement policies. This obligation does not prevent the Provincial Commodity Board from maintaining the provincial quota exemptions listed in Annex 1.

contingents dans la province, n'excède pas l'allocation de contingents de la province. Chaque office de commercialisation provincial prend toutes les mesures raisonnables pour remplir cette obligation, notamment en établissant et en assurant le maintien de politiques de surveillance et d'application dans la province. Cette obligation n'empêche pas l'office de commercialisation provincial de maintenir les exemptions de contingents provinciaux énoncées à l'addendum 1.

9.00 General

9.01 The Provincial Supervisory Boards and the Provincial Commodity Boards shall take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation with CFC.

9.02 Without limiting the generality of section 9.01, Provincial Commodity Boards shall:

- a)* maintain an efficient communication system among Provincial Commodity Boards and CFC in order to facilitate the exchange of information necessary to the effective operation of this Agreement;
- b)* make available to CFC the records, extracts of minutes or decisions of the Provincial Commodity Boards, relating to the operation of CFC;
- c)* keep CFC and all other Provincial Commodity Boards informed on all price changes for chicken within their respective provinces and the reason for such change; and
- d)* forward to CFC on an annual basis an up-to-date list of all current individual quota holders showing their quota holdings.

10.00 Annual Review

10.01 This Schedule will be reviewed annually by CFC.

9.00 Dispositions générales

9.01 Les régies provinciales et les offices de commercialisation provinciaux prennent toutes les mesures raisonnables pour promouvoir un niveau élevé de collaboration avec les PPC.

9.02 Sans limiter la portée générale de l'article 9.01, les offices de commercialisation provinciaux :

- a)* maintiennent un système de communication efficace entre les offices de commercialisation provinciaux et les PPC pour faciliter l'échange de renseignements nécessaires à l'application de la présente annexe;
- b)* mettent à la disposition des PPC les dossiers, les extraits des procès-verbaux ou les décisions des offices de commercialisation provinciaux ayant trait aux activités des PPC;
- c)* tiennent les PPC et les autres offices de commercialisation provinciaux informés de toutes les modifications de prix du poulet à l'intérieur de leur province respective et des motifs de ces modifications; et
- d)* envoient aux PPC chaque année une liste à jour de tous les détenteurs de contingents et de leurs contingents respectifs.

10.00 Examen annuel

10.01 La présente annexe est examinée chaque année par les PPC.

ANNEX 1

PROVINCIAL QUOTA EXEMPTIONS

Province	Permitted Amount
British Columbia	200 chickens per year – per unregulated grower
Alberta	2000 chickens per year – per person exempted under Alberta Regulation 70/93 and 6000 chickens per year per communal group with a communal group production quota under Alberta Regulation 84/93
Saskatchewan	999 chickens per year – per unregulated grower
Manitoba	999 chickens per year – per unregulated grower
Ontario	on farm consumption
Quebec	100 chickens per year – per unregulated grower unless specially authorized to market a greater quantity
New-Brunswick	200 chickens per year – per unregulated grower
Nova Scotia	50 chickens per year – per unregulated grower
Prince Edward Island	500 chickens per year – per unregulated grower
Newfoundland	100 chickens per year – per unregulated grower

ADDENDUM 1

EXEMPTIONS DE CONTINGENTS PROVINCIALES

Province	Quantité Autorisée
Colombie-Britannique	200 poulets par an, par producteur non réglementé
Alberta	2 000 poulets par an, par personne exemptée selon le règlement 70/93 de l'Alberta et 6 000 poulets par an, par groupe d'exploitants de ferme collective ayant un contingent de production en tant que groupe d'exploitants de ferme collective selon le règlement 84/93 de l'Alberta
Saskatchewan	999 poulets par an, par producteur non réglementé
Manitoba	999 poulets par an, par producteur non réglementé
Ontario	Quantité de poulet consommé à la ferme
Québec	100 poulets par an, par producteur non réglementé sauf si une autorisation spéciale de mettre en marché une plus grande quantité a été accordée
Nouveau-Brunswick	200 poulets par an, par producteur non réglementé
Nouvelle-Écosse	50 poulets par an, par producteur non réglementé
Île-du-Prince-Édouard	500 poulets par an, par producteur non réglementé
Terre-Neuve	100 poulets par an, par producteur non réglementé

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

PROTOCOLE D'ENTENTE

Signed by all Signatories

Signé par tous les signataires

IMPLEMENTATION

16/07/2001

(DATE D'ENTRÉE) EN VIGUEUR

Memorandum of Understanding With Respect to the 2001 Federal-Provincial Agreement for Chicken

The Parties to the 2001 Federal-Provincial Agreement for Chicken (the “Agreement”) hereby agree that the Saskatchewan Agri-Food Council shall become a party to the Agreement immediately upon the Saskatchewan Agri-Food Council providing confirmation to the Parties of its authority to enter into the Agreement.

Protocole d’entente dans le cadre de l’Accord fédéral-provincial de 2001 sur le poulet

Les parties à l’Accord fédéral-provincial de 2001 sur le poulet, «l’Accord», conviennent par les présentes que la *Saskatchewan Agri-Food Council* deviendra partie à l’Accord aussitôt que la Saskatchewan *Agri-Food Council* aura confirmé aux autres parties qu’il est autorisé à participer à l’Accord.

Minister of Agriculture and Agri-Food Canada
Le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada

Pursuant to Section 11 of the *Government Organization Act*, Minister of International and Intergovernmental Relations for Alberta

Conformément à l'article 11 de la Loi organique du gouvernement, Le ministre des Relations internationales et intergouvernementales de l'Alberta

Minister of Agriculture, Food and Rural Development for Alberta

La ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et du Développement rural de l'Alberta

Minister of Agriculture, Food and Rural Affairs for Ontario

Le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario

Minister of Agriculture and Forestry for Prince Edward Island

Le ministre de l'Agriculture et de la Foresterie de l'Île-du-Prince-Édouard

Le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

Minister of Agriculture and Food for Saskatchewan

Le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de la Saskatchewan

Le ministre délégué aux Affaires intergouvernementales canadiennes du Québec

Minister of Agriculture, Food and Fisheries for British Columbia

Le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Pêches de la Colombie-Britannique

Minister of Agriculture and Fisheries for Nova Scotia

Le ministre de l'Agriculture et des Pêches de la Nouvelle-Écosse

Minister of Agriculture and Food for Manitoba

La ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation du Manitoba

Minister of Agriculture, Fisheries and Aquaculture for New Brunswick

Le ministre de l'Agriculture, des Pêches et de l'Aquaculture du Nouveau-Brunswick

Minister of Forest, Resources and Agri-Food for Newfoundland and Labrador

Le ministre de la Foresterie, des Ressources et de l'Agroalimentaire de Terre-Neuve et du Labrador

Minister for Intergovernmental Affairs for Newfoundland and Labrador
Le ministre des Affaires intergouvernementales de Terre-Neuve et du Labrador

Ontario Farm Products Marketing Commission

La Commission de commercialisation
des produits agricoles de l'Ontario

Prince Edward Island Marketing Council

L'Office de commercialisation de l'Île-du-Prince-Édouard

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

British Columbia Marketing Board

L'Office de commercialisation de la Colombie-Britannique

Nova Scotia Natural Products Marketing Council

L'Office de commercialisation des produits
naturels de la Nouvelle-Écosse

Alberta Agricultural Products Marketing Council

L'Office de commercialisation des
produits agricoles de l'Alberta

New Brunswick Farm Products Commission

La Commission des produits de ferme
du Nouveau-Brunswick

Newfoundland Agricultural Products Marketing Board

L'Office de commercialisation des
produits agricoles de Terre-Neuve

Manitoba Natural Products Marketing Council

Le Conseil manitobain de commercialisation
des produits naturels

Chicken Farmers of Canada
Les Producteurs de poulet du Canada

Chicken Farmers of Ontario
Les Producteurs de poulet de l'Ontario

Manitoba Chicken Producers
Office des producteurs de poulets du Manitoba

Fédération des producteurs de volailles du Québec

Prince Edward Island Poultry Meat
Commodity Marketing Board
L'Office de commercialisation des produits
avicoles de l'Île-du-Prince-Édouard

Chicken Farmers of Nova Scotia
Les Producteurs de poulet de la Nouvelle-Écosse

Chicken Farmers of Saskatchewan
Les Producteurs de poulet de la Saskatchewan

New Brunswick Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation des
poulets du Nouveau-Brunswick

British Columbia Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation du poulet
de la Colombie-Britannique

Alberta Chicken Producers
Les Producteurs de poulet de l'Alberta

Newfoundland Chicken Marketing Board
L'Office de commercialisation du poulet de Terre-Neuve

SCHEDULE “B”**OPERATING AGREEMENT****1.00 Purpose and Objective**

- 1.01** The purpose of this Schedule is to set out the fundamentals of the operation of the coordinated orderly marketing system for chicken.
- 1.02** The provisions of this Operating Agreement are to be carried out consistently with all applicable legislation and the Federal Provincial Agreement and any other Schedules attached thereto.
- 1.03** Chicken Farmers of Canada may adopt bylaws, resolutions, policies and guidelines to ensure the effective functioning of this Schedule provided that they are consistent with this Schedule, all applicable legislation and the Federal Provincial Agreement and any Schedules attached thereto.

2.00 Interpretation

2.01 For the purposes of this Agreement:

- (a) “AAFC” means Agriculture and Agri-Food Canada;
- (b) “audit period” means two consecutive periods, as established by CFC from time to time;
- (c) “base” is the reference point, not including market development quota, from which a province’s quota allocation and the national allocation for a period are determined;
- (d) “CFC” means Chicken Farmers of Canada;
- (e) “CFIA” means Canadian Food Inspection Agency;
- (f) “double majority vote” means a CFC vote having the support of more than 50 percent of the members representing more than 50 percent of chicken production market share, present for the vote;
- (g) “exceptional circumstances” refer to market, not production related, circumstances that cannot be met by normal market growth within the flexibility of the regional range and the provincial range, and that may necessitate an increase in the provincial range;
- (h) “federal quota” means the quantity of chicken expressed in live weight that a producer is entitled to market in interprovincial and export trade in a period, and is allotted to the producer by the Provincial Commodity Board on behalf of CFC;
- (i) “market development quota” means a form of quota allocation (which may include specialty quota) for allotment to producers by a Provincial Commodity Board pursuant to a provincial market development program that is in accordance with a market development policy developed by CFC;
- (j) “national allocation” means the sum of quota allocations for a period;

- (k) “non-producer member” means a person appointed to CFC by the Canadian Poultry and Egg Processors Council, the Further Poultry Processors Association of Canada, and Restaurants Canada, respectively, pursuant to the Schedule to the Proclamation;
- (l) “period” means the length of time, as established by CFC from time to time, during which chicken produced in a province is authorized to be marketed;
- (m) “Provincial Commodity Board member” means a person appointed to CFC by a Provincial Commodity Board, pursuant to the Schedule to the Proclamation, who is a resident of the province for which that Board is established;
- (n) “provincial quota” means the quantity of chicken expressed in live weight that a producer is entitled to market in intraprovincial trade in a period, and is allotted to the producer by the Provincial Commodity Board;
- (o) “provincial range” means the percentage change from the base, not including market development quota, for a province for a period;
- (p) “quota allocation” means the allocation by CFC to a province for a period fixing the quantity of chicken that may be marketed by producers of that province in interprovincial and export trade;
- (q) “quota allotment” means federal and provincial quota allotted, in any form, to a producer for a period by a Provincial Commodity Board on behalf of CFC and pursuant to its own jurisdiction respectively;
- (r) “region” means
 - (i) the Western region, comprised of British Columbia, Alberta, Saskatchewan and Manitoba,
 - (ii) the Central region, comprised of Ontario and Quebec, and
 - (iii) the Atlantic region, comprised of New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia and Newfoundland and Labrador;
- (s) “regional range” means the same percentage change from the base, not including market development quota, for each region for a period;
- (t) “special vote”, as referenced in this Operating Agreement, means a CFC vote having the support of all Provincial Commodity Board members present for the vote;
- (u) “triple majority vote” means a CFC vote having the support of more than 50 percent of the members representing more than 50 percent of chicken production market share and including 50 percent or more of the non-producer members, present for the vote.

3.00 Quota Allocation Procedures and Related Differential Growth Provisions**Quota Allocation Procedures**

3.01 Quota allocation will be on a period by period basis.

3.02 For six (6) periods at a time, the CFC will establish the initial base for each province in each period based on the lesser of: (i) the quota allocation to the province, not including market development quota, for production and marketing in the equivalent weeks of the previous year, or (ii) the quota allotments by the Provincial Commodity Board to producers in the province, not including market development quota, for production and marketing in the equivalent weeks in the previous year.

3.03 Each Provincial Commodity Board will have an opportunity to make a request, supplemented by written rationale, to adjust the initial base allocation for one or more of the six (6) periods provided that the adjustments for any period do not exceed five (5) percent, which percentage may be adjusted from time to time by a special vote, and the total of the bases for the six periods does not change.

3.04 CFC will establish the bases for each province for the six periods having full regard to the adjustments, if any, requested by the Provincial Commodity Board pursuant to section 3.03.

3.05 Prior to each period, CFC, based on market information, will determine, by triple majority vote, on a national basis, the anticipated growth rate relative to the base allocation for that period, which will set the regional range and provincial range for that period as outlined in the table below.

Anticipated Growth Rate	Regional Range	Provincial Range
5%	6%	9.5%
4%	5%	8%
3%	4%	6.5%
2%	3%	5%
1%	2%	3.5%
0%	1%	2%
-1%	-0.5%	0%
-2%	-1.5%	-1%

3.06 The percentages in section 3.05 may be adjusted from time to time by special vote.

- 3.07** Where under section 3.05 CFC is unable to determine the anticipated growth rate for that period, the regional range will be as provided for in section 4.01 and the provincial range will be as provided for in section 4.06.
- 3.08** Once the regional range and the provincial range have been determined for the period, each Provincial Commodity Board agrees to make a written quota allocation request to CFC in the following manner:
- (a) in accordance with the procedures established pursuant to section 5.01, the Provincial Commodity Board will consult with its processors using a “bottom up” approach and, having regard to the market requirements proposed by those processors and the related differential growth provisions below, will arrive at the estimated national allocation needed to satisfy provincial market requirements prior to the submission of the quota allocation request for the period to CFC;
 - (b) in accordance with the procedures established pursuant to section 5.02, Provincial Commodity Boards in each region shall consider discussing market conditions and estimated market requirements in the region prior to the submission of the quota allocation request by each Provincial Commodity Board to CFC; and
 - (c) in submitting its quota allocation request to CFC for a period, each Provincial Commodity Board will provide to CFC the rationale for the request which will enable CFC to fulfill its obligations under the *Farm Products Agencies Act*, including those in section 23(2).
- 3.09** On a period by period basis, for each province, CFC will fix and determine the quota allocation by double majority vote having regard to the quota allocation request made by the Provincial Commodity Board in conformity with section 3.08 and the related differential growth provisions below.
- 3.10** Each Provincial Commodity Board will make quota allotments, in any form, to producers in a province such that the quantity of chicken authorized to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade is produced.
- 3.11** The quantity of chicken that a producer is entitled to market under a federal quota for a period shall equal the quota allotment to the producer for that period by the Provincial Commodity Board of the province minus the quantity of chicken marketed by that producer in intraprovincial trade in that province during the period.
- 3.12** Quota allocations will only exceed the provincial range and regional range in accordance with section 4.00.
- 3.13** CFC is responsible for establishing the timetable for completing the steps in the quota allocation process in this section.

Related Differential Growth Provisions**Principles**

3.14 In accordance with the Memorandum of Understanding for a Long Term Chicken Allocation Agreement dated November 10, 2014, the differential growth provisions are to be based on the following principles:

- (a) All provinces will share in growth through the differential growth formula that incorporates defined differential growth components;
- (b) A discrete periodic supply of the compounded equivalent of 14,184,786 kgs will be allocated to Ontario over 66 periods. The supply will come from compounded equivalent growth reductions in allocations over 66 periods for the provinces other than Ontario and Alberta of: 4,645,018 kg for British Columbia, 2,447,375 kg for Saskatchewan and Manitoba combined, 4,645,018 kg for Québec, and 2,447,375 for New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador combined.

Differential Growth Formula

3.15 Subject to sections 3.29 to 3.34, if the national allocation is fixed by CFC above base, the growth (over base portion) of the national allocation will be distributed using a differential growth formula that consists of the components, component weighting and component calculation methodology in section 3.16 to section 3.25.

3.16 The first component, Provincial Share of the National Base, will have a weighting of 45 percent and the following calculation methodology:

- (a) Provincial Shares will be calculated based on each province’s share of the total national base allocation for the period being set.

3.17 The second component, Population Growth, will have a weighting of 7.5 percent and the following calculation methodology:

- (a) Population Growth will be calculated based on percentage changes in provincial population between the most recent available quarterly population estimate from Statistics Canada and the same quarter of the previous year, standardized by multiplying the qualifying provinces’ percentage growth rate with the qualifying provinces’ share of the sum of the qualifying provinces’ population.
- (b) Provinces that had an increase in population will share in the growth available under this component.

3.18 The third component, Income-based Gross Domestic Product (GDP) Growth, will have a weighting of 7.5 percent and the following calculation methodology:

- (a) Income-based GDP Growth will be calculated based on the average annual growth in income-based GDP as measured by Statistics Canada in the three most recent years for

which data is available, multiplied by the provincial shares of the national base allocation for the period being set.

- (b) Provinces that had an increase in GDP will share in the growth available under this component.

3.19 The fourth component, Consumer Price Index (CPI), will have a weighting of 7.5 percent and the following calculation methodology:

- (a) CPI for each province will be calculated based on the inverse ($1/\text{CPI}$) of the most recent 12-month simple average for the “all items” category of the CPI as measured by Statistics Canada, multiplied by the provincial shares of the national total base allocation for the period being set.

3.20 The fifth component, Farm Input Price Index (FIPI) – Commercial Feed, will have a weighting of 10 percent and the following calculation methodology:

- (a) FIPI for each province will be calculated based on the inverse ($1/\text{FIPI}$) of the most recent four-quarter simple average for the commercial feed component of the FIPI as measured by Statistics Canada, multiplied by provincial shares of the national total base allocation for the period being set.

3.21 The sixth component, Quota Utilization, will have a weighting of 7.5 percent and the following calculation methodology:

- (a) Quota Utilization will be calculated based on the inverse of standard deviations ($1/\text{standard deviations}$) from 100% quota utilization in the most recent six audit periods for which CFC-audited data is available, multiplied by provincial shares of the total national base allocation for the period being set.

3.22 The seventh component, Further Processing, will have a weighting of 10 percent and the following calculation methodology:

- (a) For Periods A-127 to A-134, 50 percent of the Further Processing will be calculated based on the provincial share of the total number of federally registered establishments that are designated 6f (“other” further poultry processing) by CFIA, and 50 percent based on the provincial share of the most recent 24-month average frozen inventories for the “other further processed chicken” category designated in the monthly AAFC census of all known frozen egg and poultry facilities.
- (b) Subject to the approval of the CFC Board of Directors by special vote, CFC will implement the permanent distribution factor in time for the setting of the allocation for Period A-135 and subsequent periods
- (c) As the data are not available on a provincial basis in Atlantic Canada, Atlantic Canada’s share of the national 24-month average frozen inventories will be distributed to New

Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador on the basis of their share of the combined bases of Atlantic Canada for the period being set.

- (d) Provinces will share in the growth available under this component in proportion to their respective Further Processing provincial share.

3.23 The eighth component, Supply Share, will have a weighting of 5 percent and the following calculation methodology:

- (a) Supply Share will be calculated based on the province’s share of the national base for the period being set divided by the province’s population share of the national population using the most recent available quarterly provincial population estimate from Statistics Canada.
- (b) Provinces that have a supply share threshold of less than 90 percent will receive a share of the growth available under this component.
- (c) The distribution will be calculated on each qualifying province’s base share of the total bases of all qualifying provinces.
- (d) In periods in which both Ontario and Alberta qualify to receive a share of this component, their shares will be combined, and 70% of the combined share will be distributed to Alberta and 30% to Ontario.
- (e) In periods in which no province qualifies to receive a share of this component, the kilograms will be distributed on the basis of the provincial shares of the national base allocation.

3.24 The data used in the calculation of the eight differential growth components will be updated on a regular and ongoing basis following Statistics Canada’s update and release schedule and CFC’s audit schedule.

3.25 For each allocation period, the data used to calculate the differential growth components will be limited to the latest data that is available at least 26 weeks in advance of the period for which the allocation is being set.

3.26 CFC will provide Provincial Commodity Boards and downstream stakeholder organizations that appoint CFC members with the data to be used for each period, prior to setting the Anticipated Growth Rate for the period in question.

3.27 Amendments to the methodology for calculating the differential growth components may be authorized by special vote.

3.28 Amendments to the weighting of components, or the addition or subtraction of components may be authorized by special vote.

Allocations at or below base

3.29 If the national allocation for a period is set at base or below base, the national allocation will be distributed amongst the provinces on the basis of provincial shares of the national base allocation for that period. It is understood that the provincial shares of the national base allocation will evolve over time based on the application of the differential growth formula set out above and the discrete supply to Ontario as set out below.

Discrete Supply Allocation to Ontario Commencing in Period A-127

3.30 In addition to the differential growth formula described above, allocations commencing in Period A-127 will include a discrete supply allocation to Ontario on a periodic basis under which Ontario will receive the compounded equivalent of 14,184,786 kgs over 66 periods.

3.31 The volume of the discrete supply allocation will take into account the compounding effect from previously allocated discrete supply volumes.

3.32 For Period A-127 the Ontario allocation will increase by 164,783 kgs, and for Periods A-128 to A-132, the Ontario allocation will increase by 200,000 kgs in each period.

3.33 The discrete supply to Ontario will not apply in periods where the national allocation is set at or below the national base, and the allocation will be distributed pursuant to section 3.29. Furthermore, if the distribution of the full discrete supply to Ontario reduces any province's allocation to a domestic allocation below its base for the period, the discrete supply volume to Ontario will be adjusted to a volume that ensures that all provinces receive an allocation not less than their base allocation for that period.

3.34 After each block of six periods, CFC will recalculate the periodic amount to be distributed to Ontario necessary to deliver the compounded equivalent of 14,184,786 kgs at the end of 66 periods.

3.35 The discrete supply for Ontario will come from compounded equivalent growth reductions in allocations over 66 periods for the provinces other than Ontario and Alberta of: 4,645,018 kg for British Columbia, 2,447,375 kg for Saskatchewan and Manitoba combined, 4,645,018 kg for Québec, and 2,447,375 for New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador combined.

- (a) Provincial sharing of these growth reductions in Saskatchewan/Manitoba and the Atlantic provinces will be calculated on the basis of provincial shares of their combined base allocations for the period unless the provinces concerned agree on another method of calculation.
- (b) The discrete supply for Ontario for the period will be added to the allocation for Ontario and the growth for the other provinces will be reduced by an amount equivalent to their share of the discrete supply as calculated in section 3.35.

Discretion of CFC to avoid unreasonable results

3.36 CFC will at all times retain discretion in the making of an allocation decision pursuant to this section. If the data and/or calculations yield a distribution result that is unreasonable, or not conducive to fulfilling CFC’s statutory objects, CFC will retain discretion to diverge from the calculated results, particularly in a case of a *force majeure* event that causes the national allocation to increase or decrease extraordinarily.

4.00 Adjustments to Quota Allocation

4.01 For provinces in a region the regional range shall allow for quota allocation changes of up to five (5) percent. An adjustment to the regional range, which is not temporary and which establishes a new regional range, requires a special vote.

4.02 Temporary changes to the regional range shall be automatically provided for if the quota allocation requests of provinces totalling sixty (60) percent or more of the total of the bases for all provinces are one (1) percent or less above each of their respective bases for that period and the immediately preceding period, the regional range will be two (2) percent and the provincial range three and a half (3.5) percent for that period.

4.03 A review of the regional range shall be provided for in the following circumstances:

- (a) quota allocation requests of two or more regions exceed the regional range;
- (b) such other market indicators as are determined from time to time by special vote; or
- (c) a CFC member requests a review of the regional range whether by reason of unacceptable producer prices or otherwise.

4.04 Other than pursuant to section 4.02, a temporary change to the regional range requires a triple majority vote and will apply for a maximum of one period, after which it automatically reverts to the previous regional range.

4.05 The percentages in section 4.02 may be adjusted from time to time by special vote.

4.06 For a province, the provincial range shall allow for quota allocation changes of up to eight (8) percent. An adjustment to the provincial range, which is not temporary and which establishes a new provincial range, requires a special vote.

4.07 Other than pursuant to section 4.08, a temporary change to the provincial range requires a triple majority vote and will apply for a maximum of one period, after which it automatically reverts to the previous provincial range.

4.08 A Provincial Commodity Board may request a quota allocation that exceeds the provincial range for one or more periods to accommodate exceptional circumstances. CFC shall establish the process for making an exceptional circumstance request and the criteria to be applied when considering such request.

- 4.09** In considering an exceptional circumstance request pursuant to section 4.08, CFC will take into account growth both within and above the provincial range.
- 4.10** An increase, pursuant to section 4.08, in the provincial range of a province requires a double majority vote.
- 4.11** Where an exceptional circumstance request is approved in whole or in part, the additional kilograms allocated will not be considered in calculating the requirements for the regional range.
- 4.12** Inter-period quota transfers are permitted for seasonal slaughtering circumstances. The process for inter-period quota transfers shall be set out in a CFC policy, as amended from time to time.

5.00 Reconciliation of Provincial Market Requirements

- 5.01** Each Provincial Commodity Board, in consultation with its processors, will establish a method to reconcile provincial market requirements with the provincial range for the province and the regional range prior to submitting its quota allocation request for a period to CFC.
- 5.02** The Provincial Commodity Boards in each region will establish a method to reconcile provincial market requirements with the regional range for the period.

6.00 Levies, Charges & Service Fees

- 6.01** CFC and each Provincial Commodity Board agree to maintain levy and service fee arrangements and agreements to defray the administrative and marketing costs of the orderly marketing system for chicken. These arrangements and agreements, while differing as to the technique utilized, provide for the following:
- (a) The Provincial Commodity Boards for Ontario, Manitoba and New Brunswick individually agree, as agents of CFC, to collect and remit to CFC the levies imposed by CFC, pursuant to delegated authority, on producers engaged in the marketing of live chicken in intraprovincial trade;
 - (b) The Provincial Commodity Boards for British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Quebec, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador individually agree to pay to CFC, for services rendered by CFC in the operation of the orderly marketing system, a service fee calculated on live chicken marketed by producers in intraprovincial trade within the province equivalent to the CFC levy in subsection 6.01(a);
 - (c) CFC agrees to pay to each of the Provincial Commodity Boards in all the respective provinces, for services rendered by each of the Provincial Commodity Boards in the operation of the orderly marketing system, a service fee calculated on all live chicken marketed by producers in interprovincial and export trade equal to the levy imposed by the Provincial Commodity Board for the administration of its provincial plan exclusive of payments to CFC under 6.01(a) or the service fee paid to CFC under 6.01(b);

- (d) Provided best efforts have been used to collect the monies owed, the payment and remittance obligations in this section only apply in respect of monies actually collected from producers;
- (e) CFC and each Provincial Commodity Board agree to pay or remit the monies owing under this section by no later than the 25th day of the month after such amounts were collected from producers and to pay interest at the prime rate of CFC’s Bank, plus one (1) percent, calculated daily, on any late payments or remittances.

6.02 CFC and each Provincial Commodity Board agree to establish and maintain an overmarketing levy scheme as set out below:

- (a) CFC and each Provincial Commodity Board agree to impose overmarketing levies on producers in respect of the quantity of chicken marketed by those producers in excess of their quota allotments;
- (b) CFC agrees that each Provincial Commodity Board is solely responsible for collecting the overmarketing levies payable by its producers, either acting under its own authority or as agent for CFC. While recognizing that provincial overmarketing levy collection practices and policies may vary, each Provincial Commodity Board agrees to arrange those practices and policies consistent with the fulfillment of the levy and service fee remittance and payment commitments in sections 6.02 (c) and (d), respectively;
- (c) Each Provincial Commodity Board agrees to remit to CFC to promote the marketing of chicken the full amount of the overmarketing levies imposed by CFC in respect of the quantity of chicken marketed by producers in the province in an audit period in excess of the quota allocation for the province plus a two (2) percent sleeve, which sleeve may be adjusted from time to time by special vote;
- (d) Each Provincial Commodity Board agrees to pay to CFC for services rendered to promote the marketing of chicken a service fee equivalent to the full amount of the overmarketing levies imposed by the Provincial Commodity Board in respect of the quantity of chicken marketed by producers in the province in an audit period in excess of the quota allocation for the province plus a two (2) percent sleeve, which sleeve may be adjusted from time to time by special vote;
- (e) Interest will apply to the late remittance of overmarketing levies and service fees to CFC in accordance with section 6.01(e).

7.00 Market Development Policy

7.01 CFC may establish and maintain a Market Development Policy providing for a national framework, coordinated by CFC, in accordance with which Provincial Commodity Boards may establish and maintain provincial market development programs. Any Market Development Policy will be designed to facilitate planned production and marketing of chicken and chicken products. The CFC Market Development Policy and the related provincial market development programs may make provision for marketing of specialty chicken.

7.02 Should a Provincial Commodity Board decide to establish a provincial market development program, it agrees to abide by the Market Development Policy and, in order to enable CFC to carry out its mandate under the Market Development Policy, agrees to:

- (a) establish and maintain a provincial program that is consistent with CFC’s Market Development Policy, does not disrupt the Canadian domestic market and, where applicable, is consistent with Canada’s international trade rights and obligations;
- (b) file a copy of its provincial program with CFC; and
- (c) consult CFC prior to making any amendments to the provincial program and immediately notify CFC of any amendments made to the provincial program.

7.03 CFC shall only make a quota allocation in accordance with the CFC Market Development Policy to a province that maintains a provincial program that is consistent with section 7.02.

7.04 The Market Development Policy may provide for a range for the proportion of quota allocation comprised of chicken produced and marketed under the Market Development Policy, and may provide for adjustments to that range.

8.00 Monitoring and Enforcement

8.01 CFC shall, pursuant to its own and delegated authority, establish and maintain a Monitoring and Enforcement Policy for the recording, monitoring, auditing and enforcement of: authorized quota allocations and quota allotments; provincial live prices; chick placements; and all production and marketing of chicken.

8.02 In order to enable CFC to fulfill the recording, monitoring, auditing and enforcement functions referred to in section 8.01, each Provincial Commodity Board will operate a system of quota allotment that is auditable by CFC, provide reports (including weekly or biweekly reports on regulated marketing of chicken within the province), maintain records and co-operate in CFC audit procedures as provided for in CFC’s Monitoring and Enforcement Policy.

8.03 CFC inspectors, appointed under the Farm Products Agencies Act and duly commissioned by provincial signatories authorised to entrust such mandates, will exercise all of the powers in respect of intraprovincial production and marketing that are exercisable by provincially appointed inspectors.

8.04 The Provincial Commodity Boards shall make available to CFC any documents establishing the registration or licensing of producers.

8.05 Provincial Commodity Boards individually agree to be responsible for ensuring that the quantity of chicken produced in the province and marketed in intraprovincial, interprovincial or export trade, including any quantity of chicken marketed in breach of the quota system in the province, does not exceed the quota allocation to the province. Each Provincial Commodity Board shall take all reasonable steps to fulfill this obligation, including establishing and maintaining provincial monitoring and enforcement policies. This obligation does not prevent the Provincial Commodity Board from maintaining the provincial quota exemptions listed in Annex 1.

9.00 General

9.01 The Provincial Supervisory Boards and the Provincial Commodity Boards shall take all reasonable steps to promote a high degree of co-operation with CFC.

9.02 Without limiting the generality of section 9.01, Provincial Commodity Boards shall:

- (a) maintain an efficient communication system among Provincial Commodity Boards and CFC in order to facilitate the exchange of information necessary to the effective operation of this Agreement;
- (b) make available to CFC the records, extracts of minutes or decisions of the Provincial Commodity Boards, relating to the operation of CFC;
- (c) keep CFC and all other Provincial Commodity Boards informed on all price changes for chicken within their respective provinces and the reason for such change; and
- (d) forward to CFC on an annual basis an up-to-date list of all current individual quota holders showing their quota holdings.

10.00 Annual Review

10.01 This Schedule will be reviewed annually by CFC.

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

John Les
Chair
British Columbia Farm Industry Review Board

Bruce Beattie
Chair
Alberta Agricultural Products Marketing
Council

Robert T. Tyler
Chair
Saskatchewan Agri-Food Council

Ken Caldwell
Chair
Manitoba Farm Products Marketing Council

Gerald Kamenz
Chair
Ontario Farm Products Marketing Commission

Françoise Gauthier
Présidente
Régie des marchés agricoles et alimentaires
du Québec

Robert Shannon
Chair
New Brunswick Farm Products Commission

Kenneth Peacock
Chair
Nova Scotia Natural Products Marketing
Council

Rita Legge
Chair
Newfoundland Farm Industry Review Board

~~Gordon MacBeath~~ [Michael Carmichael](#)
Chair
Prince Edward Island Marketing Council



Addendum to Operating Agreement – Further Processing Component as per section 3.22 b)

.....

CFC Directors agree by special vote that:

For Periods A-135 and beyond, the distribution for the further processing component will be as outlined in Table 1.

Table 1: Provincial Shares of the Further Processing Component

Province / Region	Percentage
British Columbia	14.0690
Alberta	4.9999
Saskatchewan	1.0012
Manitoba	1.0013
Ontario	47.7063
Québec	28.6500
New Brunswick	1.0000
Nova Scotia	1.0000
Prince Edward Island	0.1200
Newfoundland and Labrador	0.4523

CFC Directors further agree that:

- CFC will form a steering committee in 2016, to determine the Terms of Reference of the Request for Proposals and manage the consulting process.
- CFC will re-tender a request for proposals to find a long term solution to further processing component of Operating Agreement amendments that utilizes the best available information.
- The distribution as outlined in Table 1 will remain in place until the results of the study are agreed by a special vote.
- The intent is to implement the results of the study on or before the first full allocation period of 2019.

This addendum was approved by special vote on December 2, 2015



Provincial Exemption Levels

Province Provincial Regulations

BC	200 chickens per calendar year per grower on grower's premises and for consumption on the grower's premises 2,000 chickens per year for permit holders intended for small lot growers and self-marketers
AL	2,000 chickens per person per calendar year and the chickens are produced on the land where the production facilities are located 6,000 chickens per calendar year per communal group with a communal group production quota. The communal group resides on the same parcel of land on which the production facilities are located at which the chicken is produced.
SK	999 chickens per year per person and/or production unit (production unit means any equipment, land, building or other structure used by a licensed producer for the production or marketing of chicken) 5,000 chickens per year per communal group
MB	A person who produces fewer than 1000 chicken broilers in a calendar year
ON	300 chickens per calendar year per premise and only 1 producer per premise
QC	100 chickens per year – per exempt producer unless specially authorized by EVQ to market a greater quantity (research)
NB	200 chickens per year per person per calendar year
NS	200 chickens per premise per calendar year for personal consumption
PE	500 chickens per calendar year per exempt producer
NL	100 chickens per year per person



CANADA

CONSOLIDATION

CODIFICATION

Farm Products Agencies Act

Loi sur les offices des produits agricoles

R.S.C., 1985, c. F-4

L.R.C. (1985), ch. F-4

Current to February 15, 2016

À jour au 15 février 2016

Last amended on February 26, 2015

Dernière modification le 26 février 2015

OFFICIAL STATUS OF CONSOLIDATIONS

Subsections 31(1) and (2) of the *Legislation Revision and Consolidation Act*, in force on June 1, 2009, provide as follows:

Published consolidation is evidence

31 (1) Every copy of a consolidated statute or consolidated regulation published by the Minister under this Act in either print or electronic form is evidence of that statute or regulation and of its contents and every copy purporting to be published by the Minister is deemed to be so published, unless the contrary is shown.

Inconsistencies in Acts

(2) In the event of an inconsistency between a consolidated statute published by the Minister under this Act and the original statute or a subsequent amendment as certified by the Clerk of the Parliaments under the *Publication of Statutes Act*, the original statute or amendment prevails to the extent of the inconsistency.

NOTE

This consolidation is current to February 15, 2016. The last amendments came into force on February 26, 2015. Any amendments that were not in force as of February 15, 2016 are set out at the end of this document under the heading “Amendments Not in Force”.

CARACTÈRE OFFICIEL DES CODIFICATIONS

Les paragraphes 31(1) et (2) de la *Loi sur la révision et la codification des textes législatifs*, en vigueur le 1^{er} juin 2009, prévoient ce qui suit :

Codifications comme élément de preuve

31 (1) Tout exemplaire d'une loi codifiée ou d'un règlement codifié, publié par le ministre en vertu de la présente loi sur support papier ou sur support électronique, fait foi de cette loi ou de ce règlement et de son contenu. Tout exemplaire donné comme publié par le ministre est réputé avoir été ainsi publié, sauf preuve contraire.

Incompatibilité — lois

(2) Les dispositions de la loi d'origine avec ses modifications subséquentes par le greffier des Parlements en vertu de la *Loi sur la publication des lois* l'emportent sur les dispositions incompatibles de la loi codifiée publiée par le ministre en vertu de la présente loi.

NOTE

Cette codification est à jour au 15 février 2016. Les dernières modifications sont entrées en vigueur le 26 février 2015. Toutes modifications qui n'étaient pas en vigueur au 15 février 2016 sont énoncées à la fin de ce document sous le titre « Modifications non en vigueur ».

TABLE OF PROVISIONS

An Act to establish the National Farm Products Council and to authorize the establishment of agencies for farm products

Short Title

1 Short title

Interpretation

2 Definitions

PART I

National Farm Products Council

Establishment

3 Council established

4 Chairman to preside

5 Salaries and fees

Duties and Powers

6 Duties of Council

7 Powers of Council

Public Hearings

8 Where hearing to be held

9 Public notice

10 Rules of procedure

Organization

11 Head office

12 By-laws

13 Staff

14 Superannuation

Annual Report

15 Report to Parliament

TABLE ANALYTIQUE

Loi créant le Conseil national des produits agricoles et autorisant la création d'offices des produits agricoles

Titre abrégé

1 Titre abrégé

Définitions

2 Définitions

PARTIE I

Conseil national des produits agricoles

Création

3 Création du Conseil

4 Présidence

5 Rémunération

Mission et pouvoirs

6 Mission du Conseil

7 Pouvoirs du Conseil

Audiences publiques

8 Audience obligatoire

9 Avis public

10 Règles de procédure

Organisation

11 Sièges

12 Règlements administratifs

13 Personnel

14 Pension

Rapport annuel

15 Rapport au Parlement

PART II

Farm Products Marketing Agencies

Establishment

16 Establishment of agencies

17 Contents of proclamation

Membership of Agencies

18 Appointment

19 Chairman

20 Salaries and fees

Objects and Powers

21 Objects

22 Powers

23 Where marketing plan makes allocation

General

24 Employment of staff

25 Agency may make by-laws

26 Not agent of Her Majesty

Financial

27 Conduct of financial operations

28 Payment by Minister of Finance

29 Audit

Annual Report

30 Report to Parliament

Agreements

31 Federal-provincial agreements

32 Competition Act not to apply

Inspectors

33 Inspectors

34 Powers of inspectors

35 Obstruction of inspectors

Recovery of Debts Due an Agency

36 Licence fees, levies and charges

Offences and Punishment

37 Contravention of Act, regulation, etc.

Winding-up of Agencies

38 Winding-up of an agency

PARTIE II

Offices de commercialisation des produits de ferme

Création

16 Création des offices

17 Contenu de la proclamation

Composition des offices

18 Nomination

19 Président

20 Rémunération

Mission et pouvoirs

21 Mission

22 Pouvoirs

23 Quotas

Dispositions générales

24 Personnel

25 Règlements administratifs

26 Qualité de mandataire de Sa Majesté

Dispositions financières

27 Autonomie financière

28 Subvention initiale

29 Vérification

Rapport annuel

30 Rapport au Parlement

Accords

31 Accords fédéro-provinciaux

32 Non-application de la Loi sur la concurrence

Inspecteurs

33 Inspecteurs

34 Pouvoirs des inspecteurs

35 Entrave

Recouvrement des dettes dues à un office

36 Frais de licence, prélèvements et taxes

Infractions et peines

37 Contraventions

Dissolution des offices

38 Modalité

PART III

Farm Products Promotion and Research Agencies

Establishment

39	Establishment of agencies
40	Contents of proclamation
41	Object
42	Powers
43	Application of certain provisions of Part II
44	Levies and charges
45	Offences and punishment
46	Information obtained under Customs Act

PARTIE III

Offices de promotion et de recherche

Création

39	Création des offices
40	Contenu de la proclamation
41	Mission
42	Pouvoirs
43	Application de certaines dispositions de la partie II
44	Taxes et prélèvements
45	Infractions et peines
46	Communication des renseignements douaniers



R.S.C., 1985, c. F-4

L.R.C., 1985, ch. F-4

An Act to establish the National Farm Products Council and to authorize the establishment of agencies for farm products

Short Title

Short title

1 This Act may be cited as the *Farm Products Agencies Act*.

R.S., 1985, c. F-4, s. 1; 1993, c. 3, s. 2.

Interpretation

Definitions

2 In this Act,

agency means

(a) for the purpose of Part I, a marketing agency or a promotion-research agency,

(b) for the purpose of Part II, a marketing agency, and

(c) for the purpose of Part III, a promotion-research agency; (*office*)

Council means the National Farm Products Council established by section 3; (*Conseil*)

farm product means

(a) for the purpose of Part I, any natural product of agriculture, whether processed or unprocessed, and any part of any such product,

(b) for the purpose of Part II,

(i) eggs and poultry, and any part of any such product, and

(ii) any other natural product of agriculture and any part of any such product in respect of which the Governor in Council is satisfied, as a result of declarations by provincial governments following

Loi créant le Conseil national des produits agricoles et autorisant la création d'offices des produits agricoles

Titre abrégé

Titre abrégé

1 *Loi sur les offices des produits agricoles.*

L.R. (1985), ch. F-4, art. 1; 1993, ch. 3, art. 2.

Définitions

Définitions

2 Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente loi.

commercialisation Sont assimilés à la commercialisation, dans le cas d'un produit agricole qui n'est pas réglementé, la vente et la mise en vente, l'achat, la tarification, l'assemblage, l'emballage, la transformation, le transport, l'entreposage et toute autre opération nécessaire au conditionnement du produit et à son offre, en un lieu et à un moment donnés, pour consommation ou utilisation. Dans le cas d'un produit réglementé, le terme s'entend seulement de celles des opérations ci-dessus mentionnées qui sont spécifiées dans le plan de commercialisation ou le plan de promotion et de recherche, selon le cas, relatif à ce produit. (*marketing*)

Conseil Le Conseil national des produits agricoles créé par l'article 3. (*Council*)

ministre Le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. (*Minister*)

office

a) Pour l'application de la partie I, un office de commercialisation ou un office de promotion et de recherche;

plebiscites, or otherwise, that the majority of the producers thereof in Canada is in favour of the establishment of a marketing agency with powers relating to that product, and

(c) for the purpose of Part III, any natural product of agriculture, whether processed or unprocessed, and any part of any such product; (*produit agricole* ou *produit de ferme*)

marketing, in relation to any farm product that is not a regulated product, includes selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and any other act necessary to prepare the product in a form or to make it available at a place and time for purchase for consumption or use and, in relation to a regulated product, includes only such of the above acts as are specified in the marketing plan or promotion and research plan, as the case may be, relating to the regulated product; (*commercialisation*)

marketing agency means an agency established pursuant to subsection 16(1); (*office de commercialisation*)

marketing plan means a plan relating to the promotion, regulation and control of the marketing of any regulated product in interprovincial or export trade that includes provision for all or any of the following:

- (a) the determination of those persons engaged in the growing or production of the regulated product for interprovincial or export trade and the exemption of any class of persons so engaged from the marketing plan or any aspect thereof,
- (b) the specification of those acts that constitute the marketing of the regulated product and of those persons engaged in its marketing, as so specified, in interprovincial or export trade, and for the exemption of any class of persons so engaged from the marketing plan or any aspect thereof,
- (c) the marketing of the regulated product on a basis that enables the agency that is implementing the plan to fix and determine the quantity, if any, in which the regulated product or any variety, class or grade thereof may be marketed in interprovincial or export trade by each person engaged in the marketing thereof and by all persons so engaged, and the price, time and place at which the regulated product or any variety, class or grade thereof may be so marketed,
- (d) the pooling of receipts from the marketing of the regulated product or any variety, class or grade thereof in interprovincial or export trade and the operation of

b) pour l'application de la partie II, un office de commercialisation;

c) pour l'application de la partie III, un office de promotion et de recherche. (*agency*)

office de commercialisation Office créé en vertu du paragraphe 16(1). (*marketing agency*)

office de promotion et de recherche Office créé en vertu de l'article 39. (*promotion-research agency*)

plan de commercialisation Plan relatif au développement, à la réglementation et au contrôle de la commercialisation de tout produit réglementé offert sur le marché inter-provincial ou d'exportation et comportant au moins l'un des éléments suivants :

- a) la détermination des personnes se livrant à la culture ou à la production du produit réglementé offert sur le marché interprovincial ou d'exportation et la non-application du plan de commercialisation ou de l'un de ses éléments à toute catégorie de personnes se livrant à cette activité;
- b) la désignation des opérations qui constituent la commercialisation du produit réglementé et des agents de celle-ci, ainsi délimitée, sur le marché interprovincial ou d'exportation, ainsi que la non-application du plan de commercialisation ou de l'un de ses éléments à toute catégorie de personnes se livrant à cette activité;
- c) la commercialisation du produit réglementé suivant une formule qui permet à l'office chargé de la mise en œuvre du plan de fixer et de déterminer en quelle quantité ce produit ou l'une de ses variétés, classes ou qualités, peut être commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation par chacun des agents de cette commercialisation et par l'ensemble de ceux-ci, et à quel prix et quel moment et en quel lieu il — ou elle — peut être ainsi commercialisé;
- d) la mise en commun des recettes provenant de la commercialisation du produit réglementé, ou de l'une de ses variétés, classes ou qualités, sur le marché interprovincial ou d'exportation et la gestion de comptes communs, et la création d'une caisse commune, notamment pour permettre un système de paiements initiaux, intérimaires et finals aux producteurs et la déduction, sur cette caisse, des dépenses de fonctionnement;
- e) la mise en place d'un régime d'attribution de licences aux personnes se livrant à la culture, à la production ou à la commercialisation du produit réglementé offert sur le marché interprovincial ou

pool accounts including provision for a system of initial, interim and final payments to producers and deduction from the pool of the expenses of the operation thereof,

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

(f) the imposition and collection by the appropriate agency of levies or charges from persons engaged in the growing or production of the regulated product or the marketing thereof and for such purposes classifying those persons into groups and specifying the levies or charges, if any, payable by the members of each group; (*plan de commercialisation*)

Minister means the Minister of Agriculture and Agri-Food; (*ministre*)

promotion and research plan means a plan respecting the promotion of the marketing or production of any regulated product for the purposes of interprovincial, export or import trade and respecting research activities related to the regulated product that includes provision for all or any of the following:

(a) the determination of those persons engaged in the growing, production, processing or importation of the regulated product for interprovincial, export or import trade and the exemption from the plan or any aspect thereof of any class of persons so engaged,

(b) the specification of those acts that constitute the marketing of the regulated product and of those persons engaged in its marketing, as so specified, in interprovincial or export trade, and for the exemption from the plan or any aspect thereof of any class of persons so engaged, and

(c) the imposition, collection and refunding by the appropriate agency of levies or charges from persons engaged in the growing, production or importation of the regulated product or the marketing thereof and for such purposes classifying those persons into groups and specifying the levies or charges, if any, payable by the members of each group; (*plan de promotion et de recherche*)

d'exportation, comportant une disposition relative aux redevances, autres que celles relatives au droit de cultiver le produit réglementé, payables à l'office compétent par les intéressés pour toute licence qui leur est attribuée et en cas d'annulation ou de suspension de la licence pour non-respect de ses modalités;

f) l'institution et la perception par l'office compétent de prélèvements à acquitter par les personnes se livrant à la culture, à la production ou à la commercialisation du produit réglementé, ainsi que la répartition à ces fins de ces personnes en groupes et la détermination des prélèvements à la charge des membres de ces groupes. (*marketing plan*)

plan de promotion et de recherche Plan relatif à la promotion de la commercialisation ou de la production de tout produit réglementé offert sur le marché interprovincial, d'exportation ou d'importation, ou aux activités de recherche liées à ce produit et comportant au moins l'un des éléments suivants :

a) la détermination des personnes se livrant à la culture, à la production, à la transformation ou à l'importation du produit réglementé offert sur le marché interprovincial, d'exportation ou d'importation et la non-application du plan ou de l'un de ses éléments à toute catégorie de personnes se livrant à l'une de ces activités;

b) la désignation des opérations qui constituent la commercialisation du produit réglementé ainsi que des agents de celle-ci, ainsi délimitée, sur le marché interprovincial ou d'exportation, ainsi que la non-application du plan ou de l'un de ses éléments à toute catégorie de personnes se livrant à cette activité;

c) l'institution, la perception et le remboursement par l'office compétent de prélèvements à acquitter par les personnes se livrant à la culture, à la production, à la commercialisation ou à l'importation du produit réglementé, ainsi que la répartition à ces fins de ces personnes en groupes et la détermination des prélèvements à la charge des membres de ces groupes. (*promotion and research plan*)

produit agricole ou produit de ferme

a) Pour l'application de la partie I, tout ou partie d'un produit naturel de l'agriculture, transformé ou non;

b) pour l'application de la partie II :

(i) les œufs et la volaille ou une partie de ceux-ci,

(ii) les autres produits naturels de l'agriculture, ou une partie de ceux-ci, au sujet desquels le gouver-

promotion-research agency means an agency established pursuant to section 39; (*office de promotion et de recherche*)

regulated product means

(a) for the purpose of Part II, any farm product grown or produced

(i) anywhere in Canada, if a marketing agency is authorized to exercise its powers in relation to any such product grown or produced in Canada, or

(ii) in any region of Canada designated in the proclamation that authorizes a marketing agency to exercise its powers in relation to any such product grown or produced in that region, or in any such region and anywhere in Canada outside that region for shipment into that region in interprovincial trade and not for export where the proclamation that authorizes the marketing agency to exercise its powers in relation to such product so provides, and

(b) for the purpose of Part III, any farm product in relation to which a promotion-research agency is authorized to exercise its powers in interprovincial, export or import trade as specified in the proclamation that authorizes the agency to exercise its powers in relation to such product; (*produit réglementé*)

research includes development. (*recherche*)

R.S., 1985, c. F-4, s. 2; 1993, c. 3, ss. 3, 13(F); 1994, c. 38, s. 25.

PART I

National Farm Products Council

Establishment

Council established

3 (1) There is established a council, to be known as the National Farm Products Council, consisting of not less than three and not more than seven members to be appointed by the Governor in Council to hold office during pleasure.

neur en conseil est convaincu, sur la foi de déclarations de gouvernements provinciaux faites notamment à la suite de référendums, que la majorité des producteurs de ces produits au Canada s'est prononcée en faveur de la création d'un office de commercialisation ayant compétence pour ces produits;

c) pour l'application de la partie III, tout ou partie d'un produit naturel de l'agriculture, transformé ou non. (*farm product*)

produit réglementé

a) Pour l'application de la partie II, produit agricole cultivé ou produit :

(i) soit sur tout le territoire canadien, lorsque la compétence à son égard est exercée par un office de commercialisation,

(ii) soit dans toute région du Canada désignée dans la proclamation conférant à un office de commercialisation compétence à son égard ou, si la proclamation le prévoit, à la fois dans une telle région et dans toute partie du Canada d'où il est expédié vers celle-ci, dans le cadre du commerce interprovincial et non pour exportation;

b) pour l'application de la partie III, produit agricole à l'égard duquel un office de promotion et de recherche est compétent, dans la mesure où le prévoit la proclamation qui l'autorise à exercer sa compétence à l'égard de ce produit dans le cadre du commerce interprovincial, d'exportation ou d'importation. (*regulated product*)

recherche La recherche s'entend également des activités de développement. (*research*)

L.R. (1985), ch. F-4, art. 2; 1993, ch. 3, art. 3 et 13(F); 1994, ch. 38, art. 25.

PARTIE I

Conseil national des produits agricoles

Création

Création du Conseil

3 (1) Est créé le Conseil national des produits agricoles, composé de trois à sept membres, ou conseillers, nommés par le gouverneur en conseil à titre amovible.

Primary producers

(1.1) At least fifty per cent of the members of the Council, not taking into account the chairman thereof, shall be primary producers at the time of appointment.

Chairman and vice-chairman

(2) The Governor in Council shall designate one member of the Council to be the chairman thereof and another member to be the vice-chairman thereof, one of whom shall be a primary producer.

Regional representation

(3) In making appointments under this section, the Governor in Council shall try to ensure equal representation from the four Western provinces, the two Central provinces and the four Atlantic provinces.

Eligibility

(4) A person who has reached the age of seventy years is not eligible to be appointed a member of the Council and a member thereof ceases to hold office on reaching the age of seventy years.

Temporary substitute members

(5) If a member of the Council, other than the chairman, is absent or unable to act, the Governor in Council may appoint a temporary substitute member on such terms and conditions as the Governor in Council prescribes.

R.S., 1985, c. F-4, s. 3; 1993, c. 3, s. 5; 2010, c. 12, s. 1731.

Chairman to preside

4 The chairman of the Council shall preside at meetings of the Council but in the event of the absence or incapacity of the chairman, or if the office of chairman is vacant, the vice-chairman of the Council shall act as chairman for the time being.

1970-71-72, c. 65, s. 4.

Salaries and fees

5 (1) A member of the Council who is not employed in the federal public administration shall be paid a salary to be fixed by the Governor in Council.

Expenses

(2) Each member of the Council is entitled to be paid any travel and living expenses incurred by them in the performance of their duties under this Act that are provided by by-law of the Council made under paragraph 12(c).

R.S., 1985, c. F-4, s. 5; 2003, c. 22, s. 224(E); 2015, c. 3, s. 83(E).

Producteurs du secteur primaire

(1.1) Au moins cinquante pour cent des conseillers, compte non tenu du président, sont des personnes qui sont des producteurs du secteur primaire au moment de la nomination.

Président et vice-président

(2) Le gouverneur en conseil désigne parmi les conseillers un président et un vice-président; l'un d'eux doit être un producteur du secteur primaire.

Représentation régionale

(3) En procédant aux nominations prévues au présent article, le gouverneur en conseil veille, dans la mesure du possible, à ce que les quatre provinces de l'Ouest, les deux provinces centrales et les quatre provinces de l'Atlantique soient également représentées.

Limite d'âge

(4) La limite d'âge pour la désignation ou le maintien au Conseil est de soixante-dix ans.

Suppléance

(5) En cas d'absence ou d'empêchement d'un conseiller, à l'exception du président, le gouverneur en conseil peut, aux conditions qu'il fixe, nommer un membre suppléant.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 3; 1993, ch. 3, art. 5; 2010, ch. 12, art. 1731.

Présidence

4 Le président du Conseil préside les réunions de celui-ci; en cas d'absence ou d'empêchement ou de vacance de son poste, la présidence est assumée par le vice-président.

1970-71-72, ch. 65, art. 4.

Rémunération

5 (1) Les membres du Conseil qui ne sont pas employés dans l'administration publique fédérale reçoivent le traitement fixé par le gouverneur en conseil.

Indemnités

(2) Les conseillers sont indemnisés des frais de déplacement et de séjour engagés dans l'exercice de leurs fonctions en application de la présente loi et prévus par règlement administratif pris aux termes de l'alinéa 12c).

L.R. (1985), ch. F-4, art. 5; 2003, ch. 22, art. 224(A); 2015, ch. 3, art. 83(A).

Duties and Powers

Duties of Council

6 (1) The duties of the Council are

- (a) to advise the Minister on all matters relating to the establishment and operation of agencies under this Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;
- (b) to review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objects set out in section 21 or 41, as the case may be; and
- (c) to work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade and, in the case of a promotion-research agency, in promoting such marketing in import trade and in connection with research and promotion activities relating to farm products.

Additional duties

(2) In carrying out its duties, the Council shall consult, on a continuing basis, with the governments of all provinces having an interest in the establishment or the exercise of the powers of any one or more agencies under this Act or with any body or bodies established by the government of any province to exercise powers similar to those of the Council in relation to intraprovincial trade in farm products.

R.S., 1985, c. F-4, s. 6; 1993, c. 3, s. 6.

Powers of Council

7 (1) In order to fulfil its duties, the Council

- (a) on receipt of a written request from one or more associations representing a significant number of persons engaged in the growing or production of any farm product in Canada or if directed to do so by the Minister shall, or on its own initiative may, inquire into the merits of
- (i) establishing an agency in respect of the farm product and vesting it with all or any of the powers set out in section 22 or 42, as the case may be, or
- (ii) broadening the authority of an existing agency by vesting it with all or any of the powers set out in section 22 or 42, as the case may be, in relation to any farm products that are additional to the farm products in respect of which it was established,

and report its recommendations to the Minister, including the terms of an appropriate marketing plan or

Mission et pouvoirs

Mission du Conseil

6 (1) Le Conseil a pour mission :

- a) de conseiller le ministre sur les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices prévus par la présente loi en vue de maintenir ou promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;
- b) de contrôler l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets énoncés aux articles 21 ou 41, selon le cas;
- c) de travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à leur sujet.

Autres fonctions

(2) Dans l'exécution de sa mission, le Conseil consulte régulièrement les gouvernements de toutes les provinces ayant intérêt à la création ou à l'exercice des pouvoirs d'un ou de plusieurs offices dans le cadre de la présente loi, ou tout organisme créé par le gouvernement d'une province pour exercer des pouvoirs semblables à ceux du Conseil en matière de commerce des produits agricoles à l'intérieur de cette province.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 6; 1993, ch. 3, art. 6.

Pouvoirs du Conseil

7 (1) Afin de remplir sa mission, le Conseil :

- a) doit, à la demande du ministre en ce sens ou sur réception d'une requête écrite d'une ou de plusieurs associations représentant un nombre suffisant de personnes se livrant à la culture ou à la production, au Canada, d'un ou de plusieurs produits agricoles, ou bien peut, de sa propre initiative, procéder à une enquête et présenter au ministre ses recommandations, notamment quant aux modalités d'un plan de commercialisation ou d'un plan de promotion et de recherche approprié, lorsqu'il convient, à son avis, de conférer à un office le pouvoir d'exécuter un tel plan pour le ou les produits faisant l'objet de l'enquête; celle-ci vise à déterminer l'opportunité :
- (i) soit de créer un office pour un ou plusieurs produits agricoles et de lui conférer tout ou partie des pouvoirs prévus à l'article 22 ou 42, selon le cas,

promotion and research plan where, in its opinion, it is appropriate that an agency be vested with power to implement such a plan in relation to the farm products to which the inquiry relates;

(b) shall review any amendment to a marketing plan or promotion and research plan that is submitted to it by the agency charged with the implementation of the plan, review any proposed marketing plan or promotion and research plan that is submitted to it by an agency that is not vested with power to implement such a plan, and consider all representations submitted to it in relation to the proposed amendment or plan and report its recommendations thereon to the Minister;

(c) shall review the operations of agencies and report thereon annually to the Minister or, in any case where in its opinion the circumstances warrant, on a more frequent basis;

(d) shall review all orders and regulations that are proposed to be made by agencies and that are of a class of orders or regulations to which the Council, by order, provides that this paragraph is applicable and, where it is satisfied that the orders and regulations are necessary for the implementation of the marketing plan or promotion and research plan that the agency proposing to make the orders or regulations is authorized to implement, the Council shall approve the orders and regulations;

(e) shall review all orders and regulations that are made by agencies and that are not of a class of orders or regulations to which paragraph (d) is made applicable, and, where it is satisfied that the orders or regulations are necessary for the administration of the marketing plan or promotion and research plan that the agency that has made the orders or regulations is authorized to implement, the Council shall approve the orders or regulations and, where it is not so satisfied, the Council may, by order, set aside in whole or in part any such orders and regulations;

(f) shall make such inquiries and take such action within its powers as it deems appropriate in relation to any complaints received by it from any person who is directly affected by the operations of an agency and that relate to the operations of the agency;

(g) may conduct studies of, and on its own initiative or on the direction of the Minister research into, any matter relating to the marketing or promotion of a farm product in interprovincial or export trade or research activities related thereto;

(ii) soit d'étendre l'autorité d'un office existant en lui conférant tout ou partie des pouvoirs prévus à l'article 22 ou 42, selon le cas, à l'égard de produits agricoles autres que celui ou ceux pour lesquels il a été créé;

b) examine toute modification d'un plan de commercialisation ou d'un plan de promotion et de recherche qui lui est soumise par l'office chargé de l'exécuter, ainsi que tout projet de plan de commercialisation ou de plan de promotion et de recherche qui lui est soumis par un office non habilité à le mettre en œuvre, étudie les observations qui lui sont adressées concernant l'une ou l'autre, et présente au ministre ses recommandations à cet égard;

c) examine l'activité des offices et en fait rapport tous les ans au ministre ou, si à son avis les circonstances le justifient, à intervalles plus courts;

d) examine les projets d'ordonnances et de règlements des offices et qui relèvent des catégories auxquelles, par ordonnance prise par lui, le présent alinéa s'applique, et les approuve lorsqu'il est convaincu que ces ordonnances et règlements sont nécessaires à l'exécution du plan de commercialisation ou du plan de promotion et de recherche que l'office qui les propose est habilité à mettre en œuvre;

e) examine les ordonnances et les règlements pris par les offices et qui ne relèvent pas d'une catégorie d'ordonnances ou de règlements à laquelle l'alinéa d) est applicable, et soit les approuve, lorsqu'il est convaincu que ces ordonnances ou règlements sont nécessaires à l'exécution du plan de commercialisation ou du plan de promotion et de recherche que l'office qui les propose est habilité à mettre en œuvre, soit, dans le cas contraire, peut, par ordonnance, les annuler en tout ou en partie;

f) procède aux enquêtes et prend les mesures qu'il estime appropriées relativement aux plaintes qu'il reçoit — en ce qui a trait à l'activité d'un office — des personnes directement touchées par celle-ci;

g) peut mener des études et, de sa propre initiative ou sur instruction du ministre, des recherches sur toute question relative à la commercialisation ou à la promotion d'un produit agricole offert sur le marché interprovincial ou d'exportation ou aux activités de recherche à son sujet;

h) peut, pour l'exécution de tout plan de commercialisation, exiger des personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit agricole donné sur le marché interprovincial ou international :

(h) may, for the purpose of implementing any marketing plan, require persons engaged in the production of a farm product for, or the marketing of a farm product in, interprovincial or export trade

(i) to register with the Council or the appropriate agency,

(ii) to maintain books and records in relation to the production or marketing of the farm product by them in such form and containing such information as the Council requires pursuant to this paragraph, and

(iii) to submit to the Council or the appropriate agency such information relating to the production or marketing of the farm product by them as it may reasonably require;

(i) may, when in its opinion it is necessary to do so for the purpose of determining the advisability of establishing an agency in respect of a farm product or of vesting an agency with power to implement a marketing plan, require persons engaged in the production of a farm product for, or the marketing of a farm product in, interprovincial or export trade to submit to the Council or the appropriate agency such information relating to the production or marketing of the farm product by them as it may reasonably require;

(j) may, for the purpose of implementing any promotion and research plan, require persons who are engaged in the production or importation of a farm product for, or the marketing of a farm product in, interprovincial, export or import trade

(i) to register with the Council or the appropriate agency,

(ii) to maintain books and records in relation to the production, marketing or importation of the farm product by them in such form and containing such information as the Council requires pursuant to this paragraph, and

(iii) to submit to the Council or the appropriate agency such information relating to the production, marketing or importation of the farm product by them as it may reasonably require;

(k) may, when in its opinion it is necessary to do so for the purpose of determining the advisability of establishing an agency in respect of a farm product or of vesting an agency with power to implement a promotion and research plan, require persons who are engaged in the production or importation of a farm product for, or the marketing of a farm product in, in-

(i) qu'elles se fassent inscrire auprès de lui ou de l'office compétent,

(ii) qu'elles tiennent des registres sur la production ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole, en la forme et avec les renseignements qu'il exige en application du présent alinéa,

(iii) qu'elles lui fournissent, ou à l'office compétent, les renseignements sur la production ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole qu'il peut valablement leur réclamer;

i) peut, s'il le juge nécessaire pour décider de l'opportunité de créer un office pour un produit donné ou de conférer à un office existant le pouvoir d'exécuter un plan de commercialisation, exiger des personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit agricole sur le marché interprovincial ou international qu'elles lui fournissent, ou à l'office compétent, les renseignements sur la production ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole qu'il peut valablement leur réclamer;

j) peut, pour l'exécution de tout plan de promotion et de recherche, exiger des personnes se livrant à la production, à l'importation ou à la commercialisation d'un produit agricole donné sur le marché interprovincial, d'exportation ou d'importation :

(i) qu'elles se fassent inscrire auprès de lui ou de l'office compétent,

(ii) qu'elles tiennent des registres sur la production, l'importation ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole, en la forme et avec les renseignements qu'il exige en application du présent alinéa,

(iii) qu'elles lui fournissent, ou à l'office compétent, les renseignements sur la production, l'importation ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole qu'il peut valablement leur réclamer;

k) peut, s'il le juge nécessaire pour décider de l'opportunité de créer un office pour un produit donné ou de conférer à un office existant le pouvoir d'exécuter un plan de promotion et de recherche, exiger des personnes se livrant à la production, à l'importation ou à la commercialisation d'un produit agricole sur le marché interprovincial, d'exportation ou d'importation qu'elles lui fournissent, ou à l'office compétent, les renseignements sur la production, l'importation ou la commercialisation par leurs soins du produit agricole qu'il peut valablement leur réclamer;

terprovincial, export or import trade to submit to the Council or the appropriate agency such information relating to the production, marketing or importation of the farm product by them as it may reasonably require; and

(II) may do all such other things as are incidental or conducive to the fulfilment of its duties.

Idem

(2) The Council, in reporting to the Minister under subsection (1), shall not recommend the establishment of an agency in respect of one or more farm products or the broadening of the authority of an existing agency by vesting it with powers in relation to one or more farm products unless it is satisfied that

(a) in the case of a marketing agency, the majority of the producers of each of those farm products, in Canada or in the region of Canada to which the recommendation relates, is in favour of that action; or

(b) in the case of a promotion-research agency, the majority of the aggregate of the producers or, where the import trade in one or more farm products is to be included, the majority of the aggregate of the producers and importers, of all those farm products, in Canada or in the region of Canada to which the recommendation relates, is in favour of that action.

R.S., 1985, c. F-4, s. 7; 1993, c. 3, s. 7.

Public Hearings

Where hearing to be held

8 (1) A public hearing shall be held by the Council

(a) in connection with an inquiry into the merits of establishing an agency or of broadening the authority of an existing agency to cover any additional farm product or farm products;

(b) where the Council has under review a proposed marketing plan or promotion and research plan; or

(c) in connection with any other matter relating to its objects if the Governor in Council or the Minister directs the Council to hold a public hearing in connection with such matter.

I) peut prendre toute autre mesure utile à la réalisation de sa mission.

Réserve

(2) Dans le ou les rapports qu'il adresse au ministre en application du paragraphe (1), le Conseil ne peut recommander la création d'un office pour un ou plusieurs produits agricoles, non plus que l'extension de la compétence d'un office existant par l'attribution à celui-ci de pouvoirs concernant un ou plusieurs autres nouveaux produits agricoles, que s'il est convaincu que :

a) dans le cas d'un office de commercialisation, la majorité des producteurs du ou des produits agricoles, dans l'ensemble du pays ou dans la région du Canada visée par la recommandation, est en faveur d'une telle mesure;

b) dans le cas d'un office de promotion et de recherche, la majorité de l'ensemble des producteurs ou, si le marché d'importation d'un ou de plusieurs produits agricoles est visé, la majorité de l'ensemble des producteurs et des importateurs de tous les produits agricoles, dans l'ensemble du pays ou dans la région du Canada visée par la recommandation, est en faveur d'une telle mesure.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 7; 1993, ch. 3, art. 7.

Audiences publiques

Audience obligatoire

8 (1) Le Conseil tient une audience publique :

a) lorsqu'il enquête sur l'opportunité de la création d'un office ou de l'extension du pouvoir d'un office existant à un ou plusieurs autres produits agricoles;

b) lorsqu'il étudie un projet de plan de commercialisation ou de plan de promotion et de recherche;

c) lorsque le gouverneur en conseil ou le ministre le lui enjoint, relativement à toute autre question de sa compétence.

Where hearing may be held

(2) A public hearing may be held by the Council in connection with any matter relating to its objects where the Council is satisfied that such a hearing would be in the public interest.

Hearing by two or more members

(3) The chairman of the Council may direct that a public hearing under this section be held on behalf of the Council by two or more members thereof designated by the chairman, and the members so designated have for the purpose of the hearing the powers of the Council set out in subsection (5) and shall report to the Council on the hearing.

Hearings throughout Canada

(4) A public hearing under this section may be held at such place in Canada or at such places in Canada by adjournment from place to place as the Council may designate.

Powers in relation to hearings

(5) The Council has, in respect of any public hearing under this section, all the powers of a commissioner appointed under Part I of the *Inquiries Act*.

R.S., 1985, c. F-4, s. 8; 1993, c. 3, s. 8.

Public notice

9 The Council shall give notice of any public hearing under section 8 and of the matters to be considered thereat in the *Canada Gazette* and in one or more newspapers and farm journals in general circulation throughout all of Canada and in particular in those areas of Canada where, in the opinion of the Council, there are persons who are likely to be interested in the matters to be considered thereat.

1970-71-72, c. 65, s. 9.

Rules of procedure

10 The Council may make rules respecting the conduct of public hearings under section 8 and generally respecting the conduct of business of the Council in relation thereto.

1970-71-72, c. 65, s. 10.

Organization

Head office

11 The head office of the Council shall be in the National Capital Region described in the schedule to the *National Capital Act* or at such other place in Canada as may be designated by the Governor in Council.

1970-71-72, c. 65, s. 11.

Audience facultative

(2) Le Conseil peut tenir une audience publique au sujet d'une question de sa compétence s'il est convaincu que cela est dans l'intérêt public.

Audience par plusieurs conseillers

(3) Le président peut ordonner que l'audience publique soit tenue au nom du Conseil par plusieurs conseillers qu'il désigne; ceux-ci sont alors à cette fin investis des pouvoirs du Conseil énoncés au paragraphe (5) et doivent rendre compte au Conseil de l'audience.

Lieu des audiences

(4) L'audience publique peut se tenir, au Canada, au lieu désigné par le Conseil ou aux lieux où il décide de se transporter d'une séance à l'autre.

Pouvoirs relatifs aux audiences

(5) Le Conseil a, pour toute audience publique, les pouvoirs d'un commissaire nommé en vertu de la partie I de la *Loi sur les enquêtes*.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 8; 1993, ch. 3, art. 8.

Avis public

9 Le Conseil publie un avis de toute audience publique tenue en application de l'article 8 et des questions à l'étude dans la *Gazette du Canada*, de même que un ou plusieurs journaux et des revues agricoles diffusés dans tout le Canada et en particulier dans les régions où, à son avis, il y a des personnes susceptibles d'être intéressées par l'audience.

1970-71-72, ch. 65, art. 9.

Règles de procédure

10 Le Conseil peut établir des règles concernant la tenue des audiences publiques prévues à l'article 8 et portant, d'une manière générale, sur la procédure qu'il doit suivre à leur égard.

1970-71-72, ch. 65, art. 10.

Organisation

Siège

11 Le siège du Conseil est fixé dans la région de la capitale nationale définie à l'annexe de la *Loi sur la capitale nationale* ou en tout autre lieu, au Canada, désigné par le gouverneur en conseil.

1970-71-72, ch. 65, art. 11.

By-laws

12 The Council may make by-laws

- (a) respecting the calling of meetings of the Council;
- (b) respecting the conduct of business at meetings of the Council and the establishment of committees thereof, the delegation of duties to those committees and the fixing of quorums for meetings of the Council and any committee thereof;
- (c) subject to the approval of the Treasury Board, fixing the travel and living expenses to be paid to the members of the Council; and
- (d) generally for the conduct and management of the affairs of the Council.

1970-71-72, c. 65, s. 12.

Staff

13 Officers and employees necessary for the proper conduct of the business of the Council shall be appointed in the manner authorized by the *Public Service Employment Act*.

1970-71-72, c. 65, s. 13; 1980-81-82-83, c. 47, s. 16.

Superannuation

14 Any member of the Council who, under the terms of their appointment, is required to devote the whole of their time to the performance of their duties as a member is deemed to be employed in the public service for the purposes of the *Public Service Superannuation Act* and to be employed in the federal public administration for the purposes of the *Government Employees Compensation Act* and any regulations made under section 9 of the *Aeronautics Act*.

R.S., 1985, c. F-4, s. 14; 2003, c. 22, s. 166(E); 2015, c. 3, s. 84(E).

Annual Report

Report to Parliament

15 The Council shall, within three months after the end of each fiscal year, submit to the Minister a report in such form as the Minister may direct on its activities for that fiscal year and the Minister shall cause the report to be laid before Parliament within fifteen days after the receipt thereof, or, if Parliament is not then sitting, on any of the first fifteen days next thereafter that either House of Parliament is sitting.

1970-71-72, c. 65, s. 16.

Règlements administratifs

12 Le Conseil peut, par règlement administratif :

- a) prévoir la convocation de ses réunions;
- b) régir le déroulement de ses réunions, ainsi que la constitution de comités, la délégation de fonctions à ceux-ci et la fixation de quorums pour ses réunions et celles de ses comités;
- c) fixer, sous réserve de l'approbation du Conseil du Trésor, les indemnités de déplacement et de séjour pour les conseillers;
- d) d'une façon générale, régir son activité.

1970-71-72, ch. 65, art. 12.

Personnel

13 Le personnel nécessaire aux travaux du Conseil est nommé conformément à la *Loi sur l'emploi dans la fonction publique*.

1970-71-72, ch. 65, art. 13; 1980-81-82-83, ch. 47, art. 16.

Pension

14 Le conseiller qui, aux termes de son mandat, est tenu de consacrer tout son temps à l'exercice de ses fonctions est réputé faire partie de la fonction publique pour l'application de la *Loi sur la pension de la fonction publique* et faire partie de l'administration publique fédérale pour l'application de la *Loi sur l'indemnisation des agents de l'État* et des règlements pris en vertu de l'article 9 de la *Loi sur l'aéronautique*.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 14; 2003, ch. 22, art. 166(A); 2015, ch. 3, art. 84(A).

Rapport annuel

Rapport au Parlement

15 Dans les trois mois suivant la fin de chaque exercice, le Conseil présente au ministre, en la forme prescrite par celui-ci, un rapport d'activité pour cet exercice. Le ministre le fait déposer devant le Parlement dans les quinze jours suivant sa réception ou, si le Parlement ne siège pas, dans les quinze premiers jours de séance ultérieurs de l'une ou l'autre chambre.

1970-71-72, ch. 65, art. 16.

PART II

Farm Products Marketing Agencies

Establishment

Establishment of agencies

16 (1) The Governor in Council may, by proclamation, establish an agency with powers relating to any farm product or farm products the marketing of which in interprovincial and export trade is not regulated under the *Canadian Dairy Commission Act* if the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of the farm product or of each of the farm products in Canada is in favour of the establishment of an agency.

Plebiscites

(2) The Governor in Council, in order to determine whether a majority of producers of a farm product are in favour of establishing an agency, may request that each province carry out a plebiscite of those producers.

Agencies to be bodies corporate

(3) Every agency established pursuant to this Act is a body corporate.

R.S., 1985, c. F-4, s. 16; 1993, c. 3, s. 13(F); 2011, c. 25, s. 35; 2015, c. 3, s. 85.

Contents of proclamation

17 (1) A proclamation establishing an agency shall

(a) designate the farm product or farm products in relation to which the agency may exercise its powers and indicate whether those powers may be exercised in relation to

(i) any such product or products to the extent that it is or they are grown or produced anywhere in Canada, or

(ii) any such product or products to the extent that it is or they are grown or produced in any region of Canada designated in the proclamation, or in any such region and anywhere in Canada outside that region for shipment into that region in interprovincial trade and not for export;

(b) designate any of the powers set out in section 22 that are not vested in the agency;

(c) set out the terms of any marketing plan that the agency is empowered to implement;

PARTIE II

Offices de commercialisation des produits de ferme

Création

Création des offices

16 (1) Le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office compétent pour des produits agricoles dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation n'est pas réglementée par la *Loi sur la Commission canadienne du lait*, lorsqu'il est convaincu que la majorité des producteurs, au Canada, des produits en question est en faveur d'une telle mesure.

Référendums

(2) Le gouverneur en conseil peut, pour déterminer si la majorité des producteurs d'un produit agricole est en faveur de la création d'un office, demander à chaque province de procéder à un référendum auprès de ces producteurs.

Personnalité morale

(3) Les offices créés en application de la présente loi sont des personnes morales.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 16; 1993, ch. 3, art. 13(F); 2011, ch. 25, art. 35; 2015, ch. 3, art. 85.

Contenu de la proclamation

17 (1) La proclamation portant création d'un office doit :

a) désigner le ou les produits agricoles ressortissant à l'office et indiquer si celui-ci peut exercer ses pouvoirs :

(i) soit à l'égard de ce ou ces produits, dans la mesure où ils sont cultivés ou produits en quelque lieu du Canada que ce soit,

(ii) soit à l'égard de ce ou ces produits dans la mesure où ils sont cultivés ou produits dans une région du Canada désignée dans la proclamation, ou à la fois dans une telle région et toute autre partie du Canada d'où ils sont expédiés vers celle-ci dans le cadre du commerce interprovincial et non pour exportation;

b) préciser tout pouvoir prévu à l'article 22 qui n'est pas conféré à l'office;

(d) state the corporate name of the agency and the place within Canada where the head office of the agency is situated; and

(e) fix the number of members of the agency, which shall be not less than three and not more than sixteen at least a majority of whom shall be primary producers, and provide for the manner of appointment of members and temporary substitute members and the term of their appointment if the manner and term are to be other than as provided in subsection 18(1).

Alteration

(2) The Governor in Council may, by proclamation,

(a) designate any farm product or farm products, in respect of which the Governor in Council is authorized under subsection 16(1) to establish an agency, as an additional product or products in relation to which an agency previously established under that subsection may exercise its powers and indicate whether those powers may be exercised in relation to

(i) any such product or products to the extent that it is or they are grown or produced anywhere in Canada, or

(ii) any such product or products to the extent that it is or they are grown or produced in any region of Canada designated in the proclamation, or in any such region and anywhere in Canada outside that region for shipment into that region in interprovincial trade and not for export;

(b) vest in an agency any powers set out in section 22 that were withheld from it at the time it was established, and where the proclamation vests in the agency the power to implement a marketing plan, the terms thereof shall be set out in the proclamation;

(c) amend the terms of a marketing plan that an agency is empowered to implement or withdraw any of the powers set out in section 22 that were previously vested in the agency;

(d) change the name of an agency or the place within Canada where the head office of the agency is situated;

(e) increase or decrease the number of members of an agency but not so as to increase the number above sixteen or decrease it below three; or

(f) provide for the manner of appointment of members and temporary substitute members of an agency and a term of appointment of those members that varies from the manner and term provided in subsec-

c) énoncer les modalités des plans de commercialisation que l'office est habilité à mettre en œuvre;

d) préciser la dénomination de l'office et le lieu de son siège au Canada;

e) fixer le nombre des membres de l'office — de trois à seize — dont au moins la moitié doivent être des producteurs du secteur primaire, et prévoir, s'ils diffèrent de ceux qu'établit le paragraphe 18(1), le mode de nomination et la durée du mandat de ces membres et des suppléants.

Modification

(2) Le gouverneur en conseil peut, par proclamation :

a) étendre la compétence d'un office précédemment créé en application du paragraphe 16(1) en désignant un ou plusieurs produits agricoles supplémentaires pour lesquels il est lui-même habilité par ce paragraphe à constituer un tel organisme, et indiquer si cet office peut exercer ses pouvoirs :

(i) soit à l'égard d'un ou de plusieurs produits semblables, dans la mesure où ils sont cultivés ou produits en quelque lieu du Canada que ce soit,

(ii) soit à l'égard d'un ou de plusieurs produits semblables, dans la mesure où ils sont cultivés ou produits dans une région du Canada désignée dans la proclamation, ou à la fois dans une telle région et toute autre partie du Canada d'où ils sont expédiés vers celle-ci dans le cadre du commerce interprovincial et non pour exportation;

b) conférer à un office les pouvoirs énumérés à l'article 22 qui lui étaient refusés au moment de sa création, en énonçant obligatoirement dans la proclamation, s'il s'agit du pouvoir de mettre en œuvre un plan de commercialisation, les modalités de celui-ci;

c) modifier les modalités du plan de commercialisation qu'un office est habilité à mettre en œuvre ou lui retirer l'un des pouvoirs énumérés à l'article 22;

d) modifier la dénomination d'un office ou transférer son siège en un autre lieu au Canada;

e) accroître ou réduire le nombre des membres d'un office, dans une fourchette de trois à seize;

f) prévoir le mode de nomination et la durée du mandat des membres d'un office et des membres suppléants lorsqu'ils diffèrent de ceux qui sont prévus soit au paragraphe 18(1), soit dans la proclamation créant l'office.

tion 18(1) or from the manner and term provided in the proclamation establishing the agency.

Limitation

(3) A proclamation referred to in subsection (1) or (2) that designates a farm product other than tobacco, eggs or poultry or any part of tobacco, eggs or poultry shall not set out as a term of the marketing plan that an agency is empowered to implement any term that would enable the agency to fix and determine the quantity in which any regulated product could be marketed in interprovincial or export trade by persons engaged in the marketing thereof.

R.S., 1985, c. F-4, s. 17; 1993, c. 3, ss. 9, 13(F); 2015, c. 3, s. 86(E).

Membership of Agencies

Appointment

18 (1) The members of an agency shall be appointed by the Governor in Council to hold office during pleasure, or in such other manner including election by producers, and for such term as is provided in the proclamation establishing the agency or in a proclamation issued under subsection 17(2) in respect of the agency.

Chairman and vice-chairman

(2) The Governor in Council shall designate one member of an agency to be the chairman thereof and another member to be the vice-chairman thereof, or may provide for the manner of such designation in the proclamation establishing the agency.

Eligibility

(3) A person who has reached the age of seventy years is not eligible to be appointed a member of an agency and a member thereof ceases to hold office on reaching the age of seventy years.

Temporary substitute members

(4) If a member of an agency, other than the chairman, is absent or unable to act, the Governor in Council may, unless otherwise provided in the proclamation establishing the agency, appoint a temporary substitute member on such conditions as the Governor in Council prescribes.

1970-71-72, c. 65, s. 19; 1980-81-82-83, c. 47, s. 16.

Chairman

19 The chairman of an agency shall preside at meetings of the agency but in the event of the absence or incapacity of the chairman, or if the office of chairman is vacant, the vice-chairman of the agency shall act as chairman for the time being.

1970-71-72, c. 65, s. 20.

Réserve

(3) La proclamation visée aux paragraphes (1) ou (2), quand elle désigne un produit agricole autre que le tabac, les œufs ou la volaille — ou qu'une partie de ceux-ci —, ne peut contenir, pour le plan de commercialisation qu'un office a le pouvoir d'exécuter, de modalité permettant à cet office de déterminer en quelle quantité un produit réglementé pourra être commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation par des personnes qui se livrent à la commercialisation de ce produit.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 17; 1993, ch. 3, art. 9 et 13(F); 2015, ch. 3, art. 86(A).

Composition des offices

Nomination

18 (1) Les membres d'un office sont nommés soit par le gouverneur en conseil à titre amovible, soit selon le mode — notamment élection par les producteurs — et pour la durée prévus par la proclamation créant l'office ou la proclamation prise aux termes du paragraphe 17(2).

Président et vice-président

(2) Le gouverneur en conseil désigne deux membres de l'office comme président et vice-président de celui-ci respectivement, ou en prévoit le mode de désignation dans la proclamation créant l'office.

Limite d'âge

(3) La limite d'âge pour la nomination ou le maintien à un office est de soixante-dix ans.

Membres suppléants

(4) En cas d'absence ou d'empêchement d'un membre, à l'exception du président, le gouverneur en conseil peut, sauf disposition contraire de la proclamation créant l'office, désigner, aux conditions qu'il fixe, un membre suppléant.

1970-71-72, ch. 65, art. 19; 1980-81-82-83, ch. 47, art. 16.

Président

19 Le président d'un office préside les réunions de celui-ci; en cas d'absence ou d'empêchement du président, ou de vacance de son poste, la présidence est assumée par le vice-président.

1970-71-72, ch. 65, art. 20.

Salaries and fees

20 (1) A member of an agency who devotes the whole of their time or a portion of their time on a continuous basis to the performance of their duties as a member shall be paid by the agency a salary to be fixed by the Governor in Council on the recommendation of the Council, and the other members of the agency shall be paid by the agency any fees for attendances at meetings of the agency or any of its committees that are provided by by-law of the agency made under paragraph 25(c).

Expenses

(2) Each member of an agency or of a consultative or advisory committee of an agency is entitled to be paid by the agency any travel and living expenses incurred by them in the performance of their duties under this Act that are provided by by-law of the agency made under paragraph 25(c).

R.S., 1985, c. F-4, s. 20; 2015, c. 3, s. 87(E).

Objects and Powers

Objects

21 The objects of an agency are

(a) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relation to which it may exercise its powers; and

(b) to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products.

1970-71-72, c. 65, s. 22.

Powers

22 (1) Subject to the proclamation by which it is established and to any subsequent proclamation altering its powers, an agency may

(a) purchase any regulated product in relation to which it may exercise its powers and any farm product, wherever grown or produced that is of the same kind as the regulated product in relation to which it may exercise its powers, and package, process, store, ship, insure, export or sell or otherwise dispose of any such product purchased by it;

(b) implement a marketing plan the terms of which are set out in the proclamation establishing it or in any subsequent proclamation issued under subsection 17(2) in respect of it;

(c) prepare and submit to the Council

Rémunération

20 (1) Les membres qui exercent leurs fonctions à temps plein ou à temps partiel reçoivent de l'office le traitement fixé par le gouverneur en conseil sur proposition du Conseil; les autres membres de l'office, qui ne font qu'assister à ses réunions ou à celles de ses comités, reçoivent les jetons de présence prévus par règlement administratif pris en application de l'alinéa 25c).

Indemnités

(2) Les membres d'un office ou d'un comité consultatif d'un office sont indemnisés par ce dernier, conformément au règlement administratif pris en application de l'alinéa 25c), des frais de déplacement et de séjour engagés dans l'exercice de leurs fonctions en application de la présente loi.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 20; 2015, ch. 3, art. 87(A).

Mission et pouvoirs

Mission

21 Un office a pour mission :

a) de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits réglementés pour lesquels il est compétent, de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;

b) de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés.

1970-71-72, ch. 65, art. 22.

Pouvoirs

22 (1) Sous réserve de la proclamation le créant et de toute proclamation ultérieure modifiant ses pouvoirs, l'office peut :

a) acheter tout produit réglementé pour lequel il est compétent et tout produit agricole, indépendamment de sa provenance, similaire à celui-ci et les emballer, transformer, entreposer, expédier, assurer, exporter ou vendre, ou faire toute autre opération à leur égard;

b) exécuter le plan de commercialisation dont les modalités sont énoncées dans la proclamation le créant ou dans toute proclamation ultérieure prise en application du paragraphe 17(2);

c) préparer et soumettre au Conseil, s'il l'estime judicieux pour la réalisation de sa mission :

(i) a marketing plan, if it is not empowered to implement a marketing plan, or

(ii) any amendments to the marketing plan that the agency is empowered to implement,

that it considers appropriate for the attainment of its objects;

(d) undertake and assist in the promotion of the consumption and use of any regulated product in relation to which it may exercise its powers, the improvement of the quality and variety thereof and the publication of information in relation thereto;

(e) designate bodies through which any regulated product in relation to which it may exercise its powers or any variety, class or grade of any such product shall be marketed in interprovincial or export trade;

(f) where it is empowered to implement a marketing plan, make such orders and regulations as it considers necessary in connection therewith, but all such orders and regulations shall, in the case of orders and regulations that are of a class to which paragraph 7(1)(d) is made applicable, be submitted to the Council before the making thereof, and in any other case, be submitted to the Council either before or after the making thereof and

(i) any order or regulation that is submitted to the Council before the making thereof and that is thereafter made before the Council approves the order or regulation is of no force or effect, and

(ii) any order or regulation that is submitted to the Council after the making thereof and that is set aside by order of the Council thereupon ceases to be of any force or effect;

(g) by order, require any person designated by it who is engaged in the marketing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers, or any person who is a member of a class of persons designated by it and who is so engaged, to deduct from any amount payable by that person to any other person engaged in the production or marketing of the regulated product any amount payable to the agency by the other person by way of licence fees, levies or charges provided for in any marketing plan that the agency is authorized to implement and to remit all amounts so deducted to the agency;

(h) purchase, lease or otherwise acquire and hold, mortgage, hypothecate, sell or otherwise deal with any real property or immovable;

(i) soit un plan de commercialisation, si son mandat original n'en comporte pas,

(ii) soit des modifications du plan de commercialisation prévu par son mandat;

d) encourager, directement ou indirectement, la consommation et l'utilisation de tout produit réglementé pour lequel il est compétent, l'amélioration de sa qualité et la multiplication de ses variétés, ainsi que la publication de toute information le concernant;

e) désigner les organismes chargés de commercialiser le ou les produits réglementés pour lesquels il est compétent, ou toute variété, classe ou qualité de ces produits, sur le marché interprovincial ou d'exportation;

f) prendre les ordonnances et règlements qu'il considère nécessaires à l'exécution du plan de commercialisation qu'il est habilité à mettre en œuvre, après les avoir soumis au Conseil, lorsqu'ils relèvent d'une catégorie à laquelle l'alinéa 7(1)d) est applicable, ou, dans tout autre cas, soit après soit avant leur présentation au Conseil, étant entendu que :

(i) les ordonnances et règlements soumis au Conseil avant leur prise sont sans effet s'ils sont pris avant approbation par celui-ci,

(ii) les ordonnances et règlements soumis au Conseil après leur prise sont inopérants à compter de leur annulation, le cas échéant, par ordonnance du Conseil;

g) par ordonnance, exiger des personnes désignées par lui ou des personnes faisant partie d'une catégorie désignée par lui et se livrant à la commercialisation d'un produit réglementé pour lequel il est compétent qu'elles déduisent de toute somme payable par elles à une autre personne se livrant à la production ou à la commercialisation de ce produit réglementé le montant payable à l'office par celle-ci au titre des frais de licence, taxes ou prélèvements prévus dans tout plan de commercialisation qu'il est habilité à mettre en œuvre, et qu'elles lui remettent les montants ainsi déduits;

h) procéder à toutes opérations sur un immeuble ou bien réel, notamment l'acheter, le prendre à bail ou l'acquérir d'autre façon, le détenir, le grever d'une hypothèque ou le vendre;

i) établir des succursales ou avoir des mandataires au Canada ou à l'étranger;

j) dépenser les sommes reçues par lui dans le cadre de son mandat au titre des frais de licence, taxes ou pré-

(i) establish branches or employ agents or mandataries in Canada or elsewhere;

(j) expend any money received by it through the conduct of its operations, whether by way of licence fees, levies or charges paid by persons engaged in the production or marketing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers or otherwise;

(k) invest any money in its possession or control that in its opinion is not immediately required for the purposes of its operations, in securities of or guaranteed by the Government of Canada and sell any securities so acquired by it and reinvest the proceeds thereof or any part thereof in like manner;

(l) borrow money on the credit of the agency and on the security of any regulated product or other property held by it;

(m) undertake to advertise and promote and do research into new markets for the establishment of greater sales; and

(n) do all such other things as are necessary or incidental to the exercise of any of its powers or the carrying out of any of its functions under this Act.

Additional powers in intraprovincial trade

(2) An agency may perform on behalf of a province any function relating to intraprovincial trade in any regulated product in relation to which it may exercise its powers that is specified in an agreement entered into pursuant to section 31.

Delegation of powers

(3) An agency may, with the approval of the Governor in Council, grant authority to any body, authorized under the law of a province to exercise powers of regulation in relation to the marketing locally within the province of any regulated product in relation to which the agency may exercise its powers, to perform on behalf of the agency any function relating to interprovincial or export trade in the regulated product that the agency is authorized to perform.

R.S., 1985, c. F-4, s. 22; 1993, c. 3, s. 13(F); 2001, c. 4, s. 82; 2004, c. 25, s. 140; 2015, c. 3, s. 88(E).

Where marketing plan makes allocation

23 (1) A marketing plan, to the extent that it allocates any production or marketing quota to any area of Canada, shall allocate that quota on the basis of the production from that area in relation to the total production of Canada over a period of five years immediately preceding the effective date of the marketing plan.

lèvements payés par des personnes se livrant à la production ou à la commercialisation de tout produit réglementé pour lequel il est compétent;

k) investir dans des valeurs émises ou garanties par le gouvernement du Canada les sommes en sa possession ou sous sa responsabilité qui, à son avis, ne sont pas immédiatement nécessaires à son fonctionnement, et vendre les valeurs ainsi acquises par lui puis réinvestir de la même manière tout ou partie du produit de la vente;

l) emprunter sur son crédit et sur la garantie de tout produit réglementé ou autre bien en sa possession;

m) faire de la publicité et des études pour découvrir de nouveaux marchés et promouvoir la recherche en vue d'accroître les ventes;

n) prendre toute autre mesure qu'il estime utile pour la réalisation de sa mission dans le cadre de la présente loi.

Commerce intraprovincial : pouvoirs supplémentaires

(2) L'office peut, au nom d'une province, exercer, en matière de commerce intraprovincial d'un produit réglementé pour lequel il est compétent, toute fonction spécifiée dans un accord conclu en application de l'article 31.

Délégation de pouvoirs

(3) L'office peut, avec l'approbation du gouverneur en conseil, autoriser un organisme, habilité par la législation d'une province à exercer des pouvoirs réglementaires en ce qui concerne la commercialisation locale dans la province d'un produit réglementé pour lequel il est compétent, à remplir, en son nom, toute fonction qui lui est attribuée en matière de commerce interprovincial ou d'exportation de ce produit.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 22; 1993, ch. 3, art. 13(F); 2001, ch. 4, art. 82; 2004, ch. 25, art. 140; 2015, ch. 3, art. 88(A).

Quotas

23 (1) Les quotas de production ou de commercialisation éventuellement fixés par un plan de commercialisation pour une région du Canada doivent correspondre à la proportion que représente la production de cette région dans la production canadienne totale des cinq années précédant la mise en application du plan.

Idem

(2) In allocating additional quotas for anticipated growth of market demand, an agency shall consider the principle of comparative advantage of production.

1970-71-72, c. 65, s. 24.

General

Employment of staff

24 An agency may employ such officers and employees as it considers necessary for the proper conduct of its activities.

1970-71-72, c. 65, s. 25.

Agency may make by-laws

25 An agency may make by-laws

- (a)** respecting the calling of meetings of the agency;
- (b)** respecting the conduct of business at meetings of the agency and the establishment of committees thereof, the delegation of duties to those committees and the fixing of quorums for meetings of the agency and any committee thereof;
- (c)** subject to the approval of the Council, fixing the fees to be paid to members of the agency other than any members who are paid salaries, for attendances at meetings of the agency or any committee thereof, and the travel and living expenses to be paid to the members of the agency and the members of any consultative or advisory committee of the agency;
- (d)** subject to the approval of the Council, respecting the establishment, management and administration of a pension fund for the members, officers and employees of the agency and their dependants, the contributions thereto to be made by the agency and the investment of the pension fund moneys thereof;
- (e)** respecting the duties and conduct of the members of the agency;
- (f)** prescribing the duties of officers and employees of the agency and the terms and conditions of their employment including the remuneration to be paid to them by the agency;
- (g)** for the establishment of consultative or advisory committees consisting of members of the agency or persons other than members or both; and

Idem

(2) L'office de commercialisation prend en compte les avantages comparatifs de production dans l'attribution de quotas additionnels destinés à répondre à la croissance prévue de la demande du marché.

1970-71-72, ch. 65, art. 24.

Dispositions générales

Personnel

24 L'office peut employer le personnel qu'il estime nécessaire à l'exercice de ses activités.

1970-71-72, ch. 65, art. 25.

Règlements administratifs

25 L'office peut, par règlement administratif :

- a)** prévoir la convocation de ses réunions;
- b)** régir le déroulement de ses réunions, ainsi que la constitution de comités, la délégation de fonctions à ceux-ci et la fixation des quorums pour ses réunions et celles de ses comités;
- c)** fixer, sous réserve de l'approbation du Conseil, les honoraires payables à ses membres, à l'exception de ceux qui reçoivent des traitements, pour leur présence à ses réunions ou à celles de ses comités, ainsi que les frais de déplacement et de séjour remboursables à ses membres et à ceux de tout comité consultatif;
- d)** prévoir, sous réserve de l'approbation du Conseil, concernant l'établissement et la gestion d'une caisse de retraite pour ses membres, cadres et employés et les personnes à leur charge, ainsi que ses contributions à cette caisse de retraite et le placement des fonds de celle-ci;
- e)** prévoir les fonctions et les règles de conduite de ses membres;
- f)** déterminer les fonctions de son personnel et ses modalités d'emploi, notamment la rémunération à lui verser;
- g)** pourvoir à la création de comités consultatifs formés soit de ses membres, soit de personnes étrangères, soit à la fois de ses membres et de personnes étrangères;
- h)** d'une façon générale, régir son activité.

1970-71-72, ch. 65, art. 26.

(h) generally for the conduct and management of the affairs of the agency.

1970-71-72, c. 65, s. 26.

Not agent of Her Majesty

26 An agency is not an agent of Her Majesty, and the chairman and the other members of an agency and the officers and employees thereof are not part of the federal public administration.

R.S., 1985, c. F-4, s. 26; 2003, c. 22, s. 224(E).

Financial

Conduct of financial operations

27 Subject to subsection 28(1), an agency shall conduct its operations on a self-sustaining financial basis without appropriations therefor by Parliament.

1970-71-72, c. 65, s. 28.

Payment by Minister of Finance

28 (1) The Minister of Finance may, out of the Consolidated Revenue Fund, on the requisition of the Minister, make grants to an agency not exceeding in the aggregate one hundred thousand dollars to enable the agency to meet initial operating and establishment expenses.

Limitation

(2) The aggregate amount of grants made under subsection (1) shall not exceed one million dollars.

1970-71-72, c. 65, s. 29.

Audit

29 The accounts and financial transactions of each agency shall be audited annually by an auditor appointed by the Governor in Council and a report of each audit shall be made to the appropriate agency, the Council and the Minister.

1970-71-72, c. 65, s. 30.

Annual Report

Report to Parliament

30 An agency shall, within three months after the end of each fiscal year, submit to the Council and the Minister a report in such form as the Minister may direct on its activities for that fiscal year and the Minister shall cause the report to be laid before Parliament within fifteen days after the receipt thereof, or, if Parliament is not then sitting, on any of the first fifteen days next thereafter that either House of Parliament is sitting.

1970-71-72, c. 65, s. 31.

Qualité de mandataire de Sa Majesté

26 L'office n'est pas mandataire de Sa Majesté et son président et ses autres membres, ainsi que son personnel, ne font pas partie de l'administration publique fédérale.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 26; 2003, ch. 22, art. 224(A).

Dispositions financières

Autonomie financière

27 Sous réserve du paragraphe 28(1), l'office est financièrement autonome et ne reçoit pas pour son fonctionnement de crédits votés par le Parlement.

1970-71-72, ch. 65, art. 28.

Subvention initiale

28 (1) À la demande du ministre, le ministre des Finances peut, jusqu'à concurrence de cent mille dollars, octroyer à un office des subventions prélevées sur le Trésor pour lui permettre de faire face à ses frais d'établissement et à ses dépenses initiales d'exploitation.

Réserve

(2) Le total des subventions consenties au titre du paragraphe (1) ne peut dépasser un million de dollars.

1970-71-72, ch. 65, art. 29.

Vérification

29 Un vérificateur nommé par le gouverneur en conseil vérifie chaque année les comptes et opérations financières de chaque office et présente son rapport à l'office concerné, au Conseil et au ministre.

1970-71-72, ch. 65, art. 30.

Rapport annuel

Rapport au Parlement

30 Dans les trois mois suivant la fin de chaque exercice, l'office présente au Conseil et au ministre, en la forme prescrite par ce dernier, un rapport d'activité pour cet exercice. Le ministre le fait déposer devant le Parlement dans les quinze jours suivant sa réception ou, si le Parlement ne siège pas, dans les quinze premiers jours de séance ultérieurs de l'une ou l'autre chambre.

1970-71-72, ch. 65, art. 31.

Agreements

Federal-provincial agreements

31 With the approval of the Governor in Council, the Minister may, on behalf of the Government of Canada, enter into an agreement with any province providing for the performance by an agency on behalf of the province of functions relating to intraprovincial trade in a regulated product or products in relation to which the agency may exercise its powers and for such other matters relating thereto as may be agreed on by the Minister and the government of the province.

1970-71-72, c. 65, s. 32.

Competition Act not to apply

32 Nothing in the *Competition Act* applies to any contract, agreement or other arrangement between an agency and any person or persons engaged in the production or marketing of a regulated product where the agency has authority under this or any other Act, under a proclamation issued under this Act or under an agreement entered into pursuant to section 31 of this Act to enter into such an arrangement.

R.S., 1985, c. F-4, s. 32; R.S., 1985, c. 19 (2nd Supp.), s. 50.

Inspectors

Inspectors

33 The Minister, on the recommendation of an agency, may designate any qualified person as an inspector for the purposes of this Act.

1970-71-72, c. 65, s. 34.

Powers of inspectors

34 (1) An inspector may at any reasonable time enter any place that the inspector believes on reasonable grounds is occupied, other than a dwelling-house or any part of a place that is designed to be used and is being used as a permanent or temporary dwelling-house, and in which the inspector believes on reasonable grounds there is any regulated product produced for, or intended to be marketed in, interprovincial or export trade and examine any books, records or other documents in that place that the inspector believes on reasonable grounds contain any information relating to the regulated product and make copies thereof or take extracts therefrom, and may require any person to produce, for inspection, or for the purpose of obtaining copies thereof or extracts therefrom, any books, records or documents relating to that product that are located in any other place.

Accords

Accords fédéro-provinciaux

31 Avec l'approbation du gouverneur en conseil, le ministre peut, au nom du gouvernement fédéral, conclure avec une province un accord sur l'exercice par un office, pour le compte de la province, de fonctions relatives au commerce intraprovincial d'un ou de plusieurs produits réglementés pour lesquels cet office est compétent, ainsi que sur toutes questions s'y rapportant dont lui-même et le gouvernement provincial intéressé peuvent convenir.

1970-71-72, ch. 65, art. 32.

Non-application de la *Loi sur la concurrence*

32 La *Loi sur la concurrence* ne s'applique ni à un contrat, ni à un accord, ni à toute autre forme d'arrangement conclu par un office avec une ou plusieurs personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit réglementé lorsque l'office est habilité à le faire aux termes d'une loi quelconque, ou d'une proclamation prise en application de la présente loi, ou d'un accord passé en application de l'article 31 de la présente loi.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 32; L.R. (1985), ch. 19 (2^e suppl.), art. 50.

Inspecteurs

Inspecteurs

33 Sur recommandation d'un office, le ministre peut désigner toute personne qualifiée pour remplir les fonctions d'inspecteur dans le cadre de la présente loi.

1970-71-72, ch. 65, art. 34.

Pouvoirs des inspecteurs

34 (1) L'inspecteur peut à toute heure convenable, s'il a des motifs raisonnables de le croire occupé, entrer dans tout lieu, à l'exception d'un logement privé ou d'une partie d'un local conçu pour servir ou servant de logement privé permanent ou temporaire, s'il a des motifs raisonnables de croire qu'il s'y trouve un produit réglementé produit pour le marché interprovincial ou d'exportation, ou qui est destiné à y être commercialisé; il peut examiner les livres, registres et autres documents qui s'y trouvent, s'il a des motifs raisonnables de croire qu'ils contiennent des renseignements relatifs au produit réglementé, et les reproduire en tout ou en partie et peut aussi exiger la communication, aux mêmes fins, de tout livre, registre ou document se trouvant ailleurs que dans les lieux qu'il visite et se rapportant à ce produit.

Certificate to be produced

(2) An inspector shall be furnished with a certificate of designation and on entering any place referred to in subsection (1) shall, if so requested, produce the certificate to any person in charge thereof.

Assistance to inspectors

(3) The owner or person in charge of any place referred to in subsection (1) and every person found in that place shall give an inspector all reasonable assistance to enable the inspector to carry out their duties and functions under this Act and shall furnish the inspector with any information with respect to any regulated product found in that place that the inspector may reasonably require.

R.S., 1985, c. F-4, s. 34; 1993, c. 3, ss. 11, 13(F); 2015, c. 3, s. 89(E).

Obstruction of inspectors

35 (1) No person shall obstruct or hinder an inspector engaged in carrying out their duties and functions under this Act.

False statements

(2) No person shall knowingly make a false or misleading statement, either orally or in writing, to an inspector engaged in carrying out their duties and functions under this Act.

R.S., 1985, c. F-4, s. 35; 2015, c. 3, s. 90(E).

Recovery of Debts Due an Agency

Licence fees, levies and charges

36 Where a marketing plan provides for licence fees or levies or charges payable by persons engaged in the production of a regulated product, or the marketing thereof, and any such licence fee, levy or charge remains unpaid after the time provided in the plan at which it was due and payable to an agency, the licence fee, levy or charge constitutes a debt payable to the agency and may be sued for and recovered as such by the agency in any court of competent jurisdiction.

1970-71-72, c. 65, s. 37.

Offences and Punishment

Contravention of Act, regulation, etc.

37 (1) Every person who

- (a)** contravenes any provision of this Act or of a marketing plan that an agency is authorized to implement,

Production du certificat

(2) L'inspecteur reçoit un certificat attestant sa qualité, qu'il présente, sur demande, au responsable du lieu visé au paragraphe (1).

Assistance à l'inspecteur

(3) Le propriétaire ou le responsable du lieu visité, ainsi que toute personne qui s'y trouve, sont tenus de prêter à l'inspecteur toute l'assistance possible dans l'exercice de ses fonctions et de lui donner les renseignements qu'il peut valablement exiger concernant un produit réglementé qu'il y a trouvé.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 34; 1993, ch. 3, art. 11 et 13(F); 2015, ch. 3, art. 89(A).

Entrave

35 (1) Lorsque l'inspecteur agit dans l'exercice de ses fonctions, il est interdit d'entraver son action.

Faussees déclarations

(2) Lorsque l'inspecteur agit dans l'exercice de ses fonctions, il est interdit de lui faire sciemment, oralement ou par écrit, une déclaration fausse ou trompeuse.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 35; 2015, ch. 3, art. 90(A).

Recouvrement des dettes dues à un office

Frais de licence, prélèvements et taxes

36 Les frais de licence, prélèvements et taxes éventuellement payables à un office, aux termes d'un plan de commercialisation, par des personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit réglementé et non acquittés à l'échéance fixée par le plan constituent des créances de l'office dont le recouvrement peut être poursuivi à ce titre devant tout tribunal compétent.

1970-71-72, ch. 65, art. 37.

Infractions et peines

Contraventions

37 (1) Commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, une amende maximale de cinq mille dollars quiconque, selon le cas :

(b) fails to comply with a requirement of the Council under paragraph 7(1)(h) or (i) that is applicable to that person, or

(c) contravenes any order or regulation made by an agency under paragraph 22(1)(f) or (g) that has been approved by the Council,

is guilty of an offence and liable on summary conviction to a fine not exceeding five thousand dollars.

Offence by employee, etc.

(2) In any prosecution for an offence under this section, it is sufficient proof of the offence to establish that it was committed by an employee, or an agent or a mandatary, of the accused whether or not the employee, or agent or mandatary, is identified or has been prosecuted for the offence, unless the accused establishes that the offence was committed without knowledge or consent of the accused and that the accused exercised all due diligence to prevent its commission.

Limitation period

(3) Any proceedings by way of summary conviction in respect of an offence under this section may be instituted at any time within but not later than one year after the time when the subject-matter of the proceedings arose.

Evidence as to geographical origin

(4) In any prosecution for an offence under this section,

(a) the act or omission complained of in respect of which the prosecution was instituted shall, unless the contrary is established, be deemed to relate to the production or marketing of a farm product in interprovincial or export trade or to the duties of a person engaged in the production or marketing thereof; and

(b) any farm product referred to in the information laid in respect of the offence shall, unless the contrary is established, be deemed to have been grown or produced in Canada or in the particular province or region in Canada, if any, alleged in the information.

R.S., 1985, c. F-4, s. 37; 1993, c. 3, s. 13(F); 2004, c. 25, s. 141; 2015, c. 3, s. 91(E).

a) contrevient à une disposition de la présente loi ou d'un plan de commercialisation qu'un office est habilité à mettre en œuvre;

b) ne se conforme pas à l'une des exigences du Conseil prévues aux alinéas 7(1)h) ou i) qui lui sont applicables;

c) contrevient à une ordonnance ou un règlement pris par un office au titre des alinéas 22(1)f) ou g) et ayant reçu l'approbation du Conseil.

Preuve de l'infraction

(2) Dans la poursuite d'une infraction visée au présent article, il suffit, pour prouver l'infraction, d'établir qu'elle a été commise par un employé ou un mandataire de l'accusé, que cet employé ou mandataire ait été ou non identifié ou poursuivi. L'accusé peut se disculper en prouvant que la perpétration a eu lieu à son insu ou sans son consentement et qu'il avait pris les mesures nécessaires pour l'empêcher.

Prescription

(3) La poursuite, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, d'une infraction prévue au présent article se prescrit par un an à compter de sa perpétration.

Preuve quant au lieu de provenance

(4) Dans la poursuite d'une infraction prévue au présent article :

a) l'acte ou l'omission faisant l'objet de la plainte ayant motivé la poursuite sont, en l'absence de preuve contraire, réputés avoir trait à la production ou à la commercialisation d'un produit agricole sur le marché interprovincial ou d'exportation ou aux fonctions d'une personne qui se livre à la production ou à la commercialisation de ce produit;

b) tout produit agricole visé dans la plainte déposée relativement à l'infraction est, en l'absence de preuve contraire, réputé avoir été cultivé ou produit soit au Canada, soit dans la province ou région du Canada éventuellement mentionnée dans la plainte.

L.R. (1985), ch. F-4, art. 37; 1993, ch. 3, art. 13(F); 2004, ch. 25, art. 141; 2015, ch. 3, art. 91(A).

Winding-up of Agencies

Winding-up of an agency

38 The Governor in Council may order any agency established pursuant to this Act to wind up its affairs and may by proclamation dissolve any agency in respect of

Dissolution des offices

Modalité

38 Le gouverneur en conseil peut, par décret, ordonner à un office créé en application de la présente loi de liquider ses affaires et, par proclamation, dissoudre l'office vi-

which such an order has been made, but an order or proclamation under this section becomes effective only on the expiration of ninety days after the date of publication thereof in the *Canada Gazette*.

1970-71-72, c. 65, s. 39.

PART III

Farm Products Promotion and Research Agencies

Establishment

Establishment of agencies

39 (1) The Governor in Council may, by proclamation, establish a promotion-research agency with powers relating to one or more farm products, where the Governor in Council is satisfied that the majority of the aggregate of the producers or, where the import trade in one or more farm products is to be included, the majority of the aggregate of the producers and importers, of all those farm products, in Canada or in the region to which the proclamation relates, is in favour of the establishment of such an agency.

Plebiscites

(2) The Governor in Council, in order to determine whether the majority referred to in subsection (1) is in favour of establishing an agency with powers relating to one or more farm products, may request that each province concerned carry out a plebiscite of the producers or the producers and importers, as the case may be.

Agencies to be bodies corporate

(3) An agency established pursuant to this Part is a body corporate.

1993, c. 3, s. 12.

Contents of proclamation

40 (1) A proclamation establishing an agency shall

- (a)** designate the farm products in relation to which, and, where applicable, the region of Canada within which, the agency may exercise its powers;
- (b)** designate any of the powers set out in section 42 that are not vested in the agency;
- (c)** set out the terms of any promotion and research plan that the agency is empowered to implement;

sé par ce décret. Celui-ci ou la proclamation prennent effet quatre-vingt-dix jours après leur date de publication dans la *Gazette du Canada*.

1970-71-72, ch. 65, art. 39.

PARTIE III

Offices de promotion et de recherche

Création

Création des offices

39 (1) Le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office de promotion et de recherche pour un ou plusieurs produits agricoles lorsqu'il est convaincu que la majorité de l'ensemble des producteurs ou, si le marché d'importation d'un ou de plusieurs produits agricoles est visé, la majorité de l'ensemble des producteurs et des importateurs de tous les produits agricoles en question au Canada ou dans la région visée par la proclamation est en faveur d'une telle mesure.

Référendums

(2) Le gouverneur en conseil peut, pour déterminer si la majorité visée au paragraphe (1) est en faveur de la création d'un office ayant compétence à l'égard d'un ou de plusieurs produits agricoles, demander à chaque province concernée de procéder à un référendum auprès des producteurs ou des producteurs et des importateurs en cause.

Personnalité morale

(3) Les offices créés en application de la présente partie sont des personnes morales.

1993, ch. 3, art. 12.

Contenu de la proclamation

40 (1) La proclamation portant création d'un office doit :

- a)** désigner le ou les produits agricoles ressortissant à l'office et, s'il y a lieu, désigner la région du Canada à l'égard de laquelle celui-ci peut exercer ses pouvoirs;
- b)** préciser tout pouvoir prévu à l'article 42 qui n'est pas conféré à l'office;
- c)** énoncer les modalités des plans de promotion et de recherche que l'office est habilité à mettre en œuvre;

(d) state the corporate name of the agency and the place in Canada where the head office of the agency is to be situated; and

(e) subject to subsections (2) to (4), fix the number of members of the agency and provide for the manner of appointment of members and temporary substitute members and the term of their appointment if the manner and term are to be other than as provided in subsection 18(1).

Number of members of agency

(2) The number of members of an agency shall be not less than three and not more than sixteen.

Majority of members of agency

(3) Where an agency is authorized by proclamation to exercise its powers in relation to one or more farm products in import trade, the majority of the members of the agency shall be comprised of representatives of the following groups, namely,

(a) primary producers of those farm products, and

(b) importers of those farm products,

and the number of representatives of each such group within that majority shall, subject to there being at least one of each group, be in proportion to the share of each such group in the aggregate of the total intraprovincial, interprovincial and import trade in all of those products and, where the agency is authorized by proclamation to exercise its powers in relation to one or more farm products in export trade, the export trade in all of those farm products.

Idem

(4) Where an agency is not authorized by proclamation to exercise its powers in relation to at least one farm product in import trade, the majority of the members of the agency shall be primary producers.

1993, c. 3, s. 12.

Object

41 The object of an agency is to promote a strong, efficient and competitive industry for the regulated products in relation to which it may exercise its powers by promoting the marketing and production of the products and by conducting and promoting research activities relating thereto, having due regard to the interests of producers and consumers and, where applicable, importers of the regulated products.

1993, c. 3, s. 12.

d) préciser la dénomination de l'office et le lieu de son siège au Canada;

e) sous réserve des paragraphes (2) à (4), fixer le nombre des membres de l'office et prévoir, s'ils diffèrent de ceux qu'établit le paragraphe 18(1), le mode de nomination et la durée du mandat de ces membres et des suppléants.

Nombre

(2) Les membres d'un office sont au nombre de trois à seize.

Majorité

(3) La proclamation, si elle autorise l'office à exercer sa compétence à l'égard du marché d'importation de un ou de plusieurs produits agricoles précise, sous réserve d'un minimum de un siège attribué à chaque groupe, le nombre de membres qui représenteront respectivement les producteurs du secteur primaire au Canada et les importateurs du ou des produits agricoles en question, la répartition des sièges étant proportionnelle à leur part de la totalité du marché intraprovincial, interprovincial, d'importation et, si le marché d'exportation est visé par le plan, du marché d'exportation.

Idem

(4) Si la proclamation n'autorise pas l'office à exercer sa compétence à l'égard du marché d'importation d'au moins un produit agricole, la majorité est composée de représentants des producteurs du secteur primaire.

1993, ch. 3, art. 12.

Mission

41 Un office a pour mission de favoriser l'efficacité et la compétitivité du secteur visé par les produits réglementés à l'égard desquels il peut exercer sa compétence en faisant la promotion de la production et de la commercialisation de ces produits et en encourageant la recherche liée à ces produits, et ce dans le plus grand intérêt de leurs producteurs et consommateurs ainsi que, le cas échéant, de leurs importateurs.

1993, ch. 3, art. 12.

Powers

42 (1) Subject to the proclamation by which it is established and any amendment thereto, an agency may

- (a) implement a promotion and research plan the terms of which are set out in the proclamation;
- (b) prepare and submit to the Council
 - (i) a promotion and research plan, if it is not empowered to implement a promotion and research plan, or
 - (ii) any amendments to the promotion and research plan that the agency is empowered to implement,

that it considers appropriate for the attainment of its object;

(c) undertake and assist in the promotion of the consumption and use of any regulated product in relation to which it may exercise its powers, the improvement of the quality and variety thereof and the publication of information in relation thereto;

(d) where it is empowered to implement a promotion and research plan, make such orders and regulations as it considers necessary in connection therewith, but all such orders and regulations shall, in the case of orders and regulations that are of a class to which paragraph 7(1)(d) is made applicable, be submitted to the Council before the making thereof, and in any other case, be submitted to the Council either before or after the making thereof, and

(i) any order or regulation that is submitted to the Council before the making thereof and that is thereafter made before the Council approves the order or regulation is of no force or effect, and

(ii) any order or regulation that is submitted to the Council after the making thereof and that is set aside by order of the Council thereupon ceases to be of any force or effect;

(e) by order, require any person designated by it, or any person who is a member of a class of persons designated by it, who is engaged in the marketing or importing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers to deduct from any amount payable by that person to any other person engaged in the production, marketing or importation of the regulated product any amount payable to the agency by the other person by way of levies or charges provided for in any promotion and research plan that the agency is

Pouvoirs

42 (1) Sous réserve de la proclamation le créant et de toute proclamation ultérieure modifiant ses pouvoirs, l'office peut :

a) exécuter le plan de promotion et de recherche dont les modalités sont énoncées dans la proclamation;

b) préparer et soumettre au Conseil, s'il l'estime judicieux pour la réalisation de sa mission :

(i) soit un plan de promotion et de recherche, si son mandat original n'en comporte pas,

(ii) soit des modifications du plan de promotion et de recherche prévu dans son mandat;

c) encourager, directement ou indirectement, la consommation et l'utilisation de tout produit réglementé pour lequel il est compétent, l'amélioration de sa qualité et la multiplication de ses variétés, ainsi que la publication de toute information le concernant;

d) prendre les ordonnances et les règlements qu'il considère nécessaires à l'exécution du plan de promotion et de recherche qu'il est habilité à mettre en œuvre, après les avoir soumis au Conseil, lorsqu'ils relèvent d'une catégorie à laquelle l'alinéa 7(1)d) est applicable, ou, dans tout autre cas, soit après soit avant leur présentation au Conseil, étant entendu que :

(i) les ordonnances et règlements soumis au Conseil avant leur prise sont sans effet s'ils sont pris avant approbation par celui-ci,

(ii) les ordonnances et règlements soumis au Conseil après leur prise sont inopérants à compter de leur annulation, le cas échéant, par ordonnance du Conseil;

e) par ordonnance, exiger des personnes désignées par lui ou des personnes faisant partie d'une catégorie désignée par lui et se livrant à la commercialisation ou à l'importation d'un produit réglementé pour lequel il est compétent qu'elles déduisent de toute somme payable par elles à une autre personne se livrant à la production, à la commercialisation ou à l'importation de ce produit réglementé le montant payable à l'office par celle-ci au titre des taxes ou prélèvements prévus dans tout plan de promotion et de recherche qu'il est habilité à mettre en œuvre, et qu'elles lui remettent les montants ainsi déduits;

f) rembourser, en conformité avec le plan de promotion et de recherche, tout montant qui lui est remis en application de l'alinéa e);

authorized to implement and to remit all amounts so deducted to the agency;

(f) refund, in accordance with the promotion and research plan, any amount remitted to the agency under an order made under paragraph (e);

(g) undertake research activities with respect to, and advertise and promote in any other manner, the regulated products in relation to which it may exercise its powers;

(h) purchase, lease or otherwise acquire and hold, mortgage, hypothecate, sell or otherwise deal with any real property or immovable;

(i) establish branches or employ agents or mandataries in Canada or elsewhere;

(j) expend any money received by it through the conduct of its operations, whether by way of levies or charges paid by persons engaged in the production, marketing or importing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers or otherwise;

(k) invest any money in its possession or control that in its opinion is not immediately required for the purposes of its operations in securities of or guaranteed by the Government of Canada and sell any securities so acquired by it and reinvest the proceeds thereof or any part thereof in like manner;

(l) borrow money on the credit of the agency and on the security of any regulated product or other property held by it; and

(m) do all such other things as are necessary or incidental to the exercise of any of its powers or the carrying out of any of its functions under this Part.

Additional powers in intraprovincial trade

(2) An agency may perform on behalf of a province any function relating to intraprovincial trade in any regulated product in relation to which it may exercise its powers that is specified in an agreement entered into pursuant to section 31.

Delegation of powers

(3) An agency may, with the approval of the Governor in Council, grant authority to any body, authorized under the law of a province to exercise powers of regulation in relation to the marketing locally within the province of any regulated product in relation to which the agency may exercise its powers, to perform on behalf of the agency any function relating to interprovincial, export or

g) entreprendre des activités de recherche liées aux produits réglementés pour lesquels il est compétent ainsi que d'autres activités de publicité et de promotion;

h) procéder à toutes opérations sur un immeuble ou bien réel, notamment l'acheter, le prendre à bail ou l'acquérir d'autre façon, le détenir, le grever d'une hypothèque ou le vendre;

i) établir des succursales ou avoir des mandataires au Canada ou à l'étranger;

j) dépenser les sommes reçues par lui dans le cadre de son mandat au titre des taxes ou prélèvements payés par des personnes se livrant à la production, à la commercialisation ou à l'importation de tout produit réglementé pour lequel il est compétent;

k) investir dans des valeurs émises ou garanties par le gouvernement du Canada les sommes en sa possession ou sous sa responsabilité qui, à son avis, ne sont pas immédiatement nécessaires à son fonctionnement, et vendre les valeurs ainsi acquises par lui puis réinvestir de la même manière tout ou partie du produit de la vente;

l) emprunter sur son crédit et sur la garantie de tout produit réglementé ou autre bien en sa possession;

m) prendre toute autre mesure qu'il estime utile pour la réalisation de sa mission dans le cadre de la présente partie.

Commerce intraprovincial : pouvoirs supplémentaires

(2) L'office peut, au nom d'une province, exercer, en matière de commerce intraprovincial d'un produit réglementé pour lequel il est compétent, toute fonction spécifiée dans un accord conclu en application de l'article 31.

Délégation de pouvoirs

(3) L'office peut, avec l'approbation du gouverneur en conseil, autoriser un organisme, habilité par la législation d'une province à exercer des pouvoirs réglementaires en ce qui concerne la commercialisation locale dans la province d'un produit réglementé pour lequel il est compétent, à remplir, en son nom, toute fonction qui lui est at-

import trade in the regulated product that the agency is authorized to perform.

1993, c. 3, s. 12; 2001, c. 4, s. 83; 2004, c. 25, s. 142.

Application of certain provisions of Part II

43 (1) Sections 18 to 20, 24 to 27, 29 to 31, 33 to 35 and 38 apply in respect of this Part.

Modification for purpose of application

(2) For the purposes of subsection (1), a reference in any of those sections to "agency" shall be deemed to be a reference to "promotion-research agency".

1993, c. 3, s. 12.

Levies and charges

44 Where a promotion and research plan provides for levies or charges payable by persons who are engaged in the production or importation of a regulated product, or the marketing thereof, and any such levy or charge remains unpaid after the time provided in the plan at which it was due and payable to an agency, the levy or charge constitutes a debt payable to the agency and may be sued for and recovered as such by the agency in any court of competent jurisdiction.

1993, c. 3, s. 12.

Offences and punishment

45 (1) Every person who

(a) contravenes any provision of this Part or of a promotion and research plan that an agency is authorized to implement,

(b) fails to comply with a requirement of the Council pursuant to paragraph 7(1)(j) or (k) that is applicable to that person, or

(c) contravenes any order or regulation made by an agency under paragraph 42(1)(d) or (e) that has been approved by the Council,

is guilty of an offence punishable on summary conviction and liable to a fine not exceeding five thousand dollars.

Limitation period

(2) Any proceedings by way of summary conviction in respect of an offence under this section may be instituted at any time within but not later than one year after the time when the subject-matter of the proceedings arose.

1993, c. 3, s. 12.

Information obtained under *Customs Act*

46 An agency may authorize any person or person within a class of persons to receive customs information as defined in subsection 107(1) of the *Customs Act* and, sub-

tribuée en matière de commerce interprovincial, d'exportation ou d'importation de ce produit.

1993, ch. 3, art. 12; 2001, ch. 4, art. 83; 2004, ch. 25, art. 142.

Application de certaines dispositions de la partie II

43 (1) Les articles 18 à 20, 24 à 27, 29 à 31, 33 à 35 et 38 s'appliquent à l'égard de la présente partie.

Adaptation

(2) Dans les articles mentionnés au paragraphe (1), toute mention d'un office vaut mention d'un office de promotion et de recherche.

1993, ch. 3, art. 12.

Taxes et prélèvements

44 Les prélèvements et taxes éventuellement payables à un office aux termes d'un plan de promotion et de recherche par des personnes se livrant à la production, à la commercialisation ou à l'importation d'un produit réglementé et non acquittés à l'échéance fixée par le plan constituent des créances de l'office dont le recouvrement peut être poursuivi à ce titre devant tout tribunal compétent.

1993, ch. 3, art. 12.

Infractions et peines

45 (1) Commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, une amende maximale de cinq mille dollars quiconque, selon le cas :

a) contrevient à une disposition de la présente partie ou d'un plan de promotion et de recherche qu'un office est habilité à mettre en œuvre;

b) ne se conforme pas à l'une des exigences du Conseil prévues aux alinéas 7(1)(j) ou k) qui lui sont applicables;

c) contrevient à une ordonnance ou un règlement pris par un office au titre des alinéas 42(1)d) ou e) et ayant reçu l'approbation du Conseil.

Prescription

(2) Les poursuites pour infraction prévue au présent article se prescrivent par un an à compter de la perpétration.

1993, ch. 3, art. 12.

Communication des renseignements douaniers

46 Les personnes qu'un office désigne, nommément ou par catégorie, par écrit à cette fin sont des personnes ayant légalement qualité à avoir accès, sous réserve des

ject to any conditions that the agency may specify, a person so authorized is legally entitled to the information.

1993, c. 3, s. 12; 2015, c. 3, s. 92.

conditions que l'office peut fixer, aux renseignements douaniers au sens du paragraphe 107(1) de la *Loi sur les douanes*.

1993, ch. 3, art. 12; 2015, ch. 3, art. 92.



CANADA

CONSOLIDATION

CODIFICATION

Chicken Farmers of Canada Proclamation

Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada

SOR/79-158

DORS/79-158

Current to February 15, 2016

À jour au 15 février 2016

Last amended on February 27, 2011

Dernière modification le 27 février 2011

OFFICIAL STATUS OF CONSOLIDATIONS

Subsections 31(1) and (3) of the *Legislation Revision and Consolidation Act*, in force on June 1, 2009, provide as follows:

Published consolidation is evidence

31 (1) Every copy of a consolidated statute or consolidated regulation published by the Minister under this Act in either print or electronic form is evidence of that statute or regulation and of its contents and every copy purporting to be published by the Minister is deemed to be so published, unless the contrary is shown.

...

Inconsistencies in regulations

(3) In the event of an inconsistency between a consolidated regulation published by the Minister under this Act and the original regulation or a subsequent amendment as registered by the Clerk of the Privy Council under the *Statutory Instruments Act*, the original regulation or amendment prevails to the extent of the inconsistency.

NOTE

This consolidation is current to February 15, 2016. The last amendments came into force on February 27, 2011. Any amendments that were not in force as of February 15, 2016 are set out at the end of this document under the heading "Amendments Not in Force".

CARACTÈRE OFFICIEL DES CODIFICATIONS

Les paragraphes 31(1) et (3) de la *Loi sur la révision et la codification des textes législatifs*, en vigueur le 1^{er} juin 2009, prévoient ce qui suit :

Codifications comme élément de preuve

31 (1) Tout exemplaire d'une loi codifiée ou d'un règlement codifié, publié par le ministre en vertu de la présente loi sur support papier ou sur support électronique, fait foi de cette loi ou de ce règlement et de son contenu. Tout exemplaire donné comme publié par le ministre est réputé avoir été ainsi publié, sauf preuve contraire.

[...]

Incompatibilité — règlements

(3) Les dispositions du règlement d'origine avec ses modifications subséquentes enregistrées par le greffier du Conseil privé en vertu de la *Loi sur les textes réglementaires* l'emportent sur les dispositions incompatibles du règlement codifié publié par le ministre en vertu de la présente loi.

NOTE

Cette codification est à jour au 15 février 2016. Les dernières modifications sont entrées en vigueur le 27 février 2011. Toutes modifications qui n'étaient pas en vigueur au 15 février 2016 sont énoncées à la fin de ce document sous le titre « Modifications non en vigueur ».

TABLE OF PROVISIONS

Chicken Farmers of Canada Proclamation

SCHEDULE

TABLE ANALYTIQUE

Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada

ANNEXE

Registration
SOR/79-158 February 12, 1979

FARM PRODUCTS AGENCIES ACT

Chicken Farmers of Canada Proclamation

A Proclamation

Whereas in and by subsection 16(1) of the *Farm Products Agencies Act* it is provided that the Governor in Council may, by proclamation, establish an agency with powers relating to any farm product or farm products the marketing of which in interprovincial and export trade is not regulated pursuant to the *Canadian Wheat Board Act* or the *Canadian Dairy Commission Act* where the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of the farm product or of each of the farm products in Canada is in favour of the establishment of an agency;

And Whereas the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of chickens in Canada is in favour of the establishment of such an agency;

Know You that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada, do by this Our Proclamation establish an agency, to be known as Chicken Farmers of Canada, consisting of fourteen members appointed in the manner and for the terms set forth in the schedule hereto;

And Know You Further that We are pleased to designate chicken and any part thereof produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade as the farm product in relation to which Chicken Farmers of Canada may exercise its powers;

And Know You Further that We are pleased to specify that the manner of designation of the Chairperson and Vice-Chairperson of Chicken Farmers of Canada, the place within Canada where the head office of Chicken Farmers of Canada is situated and the terms of the marketing plan that Chicken Farmers of Canada is empowered to implement shall be as set forth in the schedule hereto;

And Know You Further that this Proclamation and the schedule hereto may be cited as the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*.

Of All Which Our Loving Subjects and all others whom these Presents may concern are hereby required to take notice and to govern themselves accordingly.

Enregistrement
DORS/79-158 Le 12 février 1979

LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES

Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada

Proclamation

Attendu que, en vertu du paragraphe 16(1) de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office compétent pour des produits agricoles dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation n'est pas réglementée par la *Loi sur la Commission canadienne du blé* ou la *Loi sur la Commission canadienne du lait*, lorsqu'il est convaincu que la majorité des producteurs, au Canada, des produits en question est en faveur d'une telle mesure;

Attendu que le gouverneur en conseil est convaincu que la majorité des producteurs de poulet du Canada est en faveur de la création d'un tel office;

Sachez que, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, Nous créons, par Notre présente proclamation, l'office appelé Les Producteurs de poulet du Canada, qui est composé de quatorze membres nommés de la manière et pour la durée établies dans l'annexe ci-après;

Sachez que Nous précisons que le produit agricole à l'égard duquel Les Producteurs de poulet du Canada peuvent exercer leurs pouvoirs est le poulet et toutes ses parties qui sont produits au Canada et commercialisés sur le marché interprovincial ou d'exportation;

Sachez que Nous précisons dans l'annexe ci-après le mode de désignation du président et du vice-président des Producteurs de poulet du Canada, le lieu au Canada où est situé le siège social des Producteurs de poulet du Canada ainsi que les modalités du plan de commercialisation qu'ils sont habilités à mettre en œuvre;

Sachez que la présente proclamation et l'annexe ci-jointe peuvent être citées sous le titre *Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada*.

De ce qui précède, Nos fœux sujets et tous ceux que les présentes peuvent concerner sont par les présentes requis de prendre connaissance et d'agir en conséquence.

In Testimony Whereof, We have caused these Our Letters to be made Patent and the Great Seal of Canada to be hereunto affixed. Witness: The Honourable Roland Almon Ritchie, a Puisne Judge of the Supreme Court of Canada and Deputy of Our Right Trusty and Well-beloved Jules Léger, Chancellor and Principal Companion of Our Order of Canada, Chancellor and Commander of Our Order of Military Merit upon whom We have conferred Our Canadian Forces' Decoration, Governor General and Commander-in-Chief of Canada.

At Ottawa, this twenty-eighth day of December in the year of Our Lord one thousand nine hundred and seventy-eight and in the twenty-seventh year of Our Reign.

By Command,
GEORGE POST

Deputy Registrar General of Canada

SOR/79-638, s. 1; SOR/81-115, s. 1; SOR/90-477, s. 1; SOR/91-139, s. 1; SOR/96-141, s. 1; SOR/98-244, s. 1; SOR/2002-1, s. 1.

En Foi de Quoi, Nous avons fait émettre Nos présentes lettres patentes et à icelles fait apposer le grand sceau du Canada. Témoin : L'honorable Roland Almon Ritchie, Juge puîné de la Cour suprême du Canada et suppléant de Notre très fidèle et bien-aimé Jules Léger, Chancelier et Compagnon principal de Notre Ordre du Canada, Chancelier et Commandeur de Notre Ordre du Mérite militaire à qui Nous avons décerné Notre Décoration des Forces canadiennes, Gouverneur général et Commandant en chef du Canada.

À Ottawa, ce vingt-huitième jour de décembre en l'an de grâce mil neuf cent soixante-dix-huit, le vingt-septième de Notre Règne.

Par ordre,
Le sous-registraire général du Canada
GEORGE POST

DORS/79-638, art. 1; DORS/81-115, art. 1; DORS/90-477, art. 1; DORS/91-139, art. 1; DORS/96-141, art. 1; DORS/98-244, art. 1; DORS/2002-1, art. 1.

SCHEDULE

1 In this Schedule,

Act means the *Farm Products Agencies Act*; (*Loi*)

Agency [Repealed, SOR/2002-1, s. 2]

Canadian Poultry and Egg Processors Council means the Canadian Poultry and Egg Processors Council, a body corporate established in Canada by letters patent dated November 12, 1974; (*Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles*)

Canadian Restaurant and Food Service Association means the Canadian Restaurant and Food Service Association, a body corporate established in Canada by letters patent dated January 6, 1944; (*Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires*)

CFC means Chicken Farmers of Canada; (*PPC*)

chicken means chicken and any part of a chicken, live or in processed form, produced in Canada and marketed in inter-provincial or export trade; (*poulet*)

Commodity Board means, in respect of the Province of

- (a) Ontario, Chicken Farmers of Ontario,
- (b) Quebec, Fédération des producteurs de volailles du Québec,
- (c) Nova Scotia, Chicken Farmers of Nova Scotia,
- (d) New Brunswick, New Brunswick Chicken Marketing Board,
- (e) Manitoba, Manitoba Chicken Producers,
- (f) British Columbia, British Columbia Chicken Marketing Board,
- (g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board,
- (h) Saskatchewan, Chicken Farmers of Saskatchewan,
- (i) Alberta, Alberta Chicken Producers, and
- (j) Newfoundland, Newfoundland Chicken Marketing Board; (*Office de commercialisation*)

Further Poultry Processors Association of Canada means the Further Poultry Processors Association of Canada, a body corporate established in Canada by letters patent dated August 21, 1985; (*Association canadienne des sur-transformateurs de volailles*)

non-signatory provinces [Repealed, SOR/2002-1, s. 2]

ANNEXE

1 Dans la présente annexe,

Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 6 janvier 1944. (*Canadian Restaurant and Food Service Association*)

Association canadienne des sur-transformateurs de volailles personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 21 août 1985. (*Further Poultry Processors Association of Canada*)

Association canadienne des transformateurs de volailles [Abrogée, DORS/2002-1, art. 2(F)]

Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 12 novembre 1974. (*Canadian Poultry and Egg Processors Council*)

Loi La *Loi sur les offices des produits agricoles*. (*Act*)

Office [Abrogée, DORS/2002-1, art. 2]

Office de commercialisation

- a) En Ontario, les Producteurs de poulet de l'Ontario;
- b) au Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec;
- c) en Nouvelle-Écosse, le Chicken Farmers of Nova Scotia;
- d) au Nouveau-Brunswick, l'Office de commercialisation des poulets du Nouveau-Brunswick;
- e) au Manitoba, l'Office des producteurs de poulet du Manitoba;
- f) en Colombie-Britannique, le British Columbia Chicken Marketing Board;
- g) à l'Île-du-Prince-Édouard, le Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board;
- h) en Saskatchewan, le Chicken Farmers of Saskatchewan;
- i) en Alberta, le Alberta Chicken Producers;
- j) à Terre-Neuve, le Newfoundland Chicken Marketing Board. (*Commodity Board*)

période La durée que les PPC peuvent fixer à tout moment et au cours de laquelle le poulet produit dans une province signataire ou dans un territoire non signataire peut être commercialisé. (*period*)

Plan Le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la partie II de la présente annexe; (*Plan*)

non-signatory territory means the Yukon Territory, the Northwest Territories and Nunavut; (*territoire non signataire*)

period means the period, as established by CFC from time to time, during which chicken produced in a signatory province or in a non-signatory territory is authorized to be marketed; (*période*)

Plan means the marketing plan the terms of which are set out in Part II of this schedule; (*Plan*)

producer means a person who raises chickens for processing, for sale to the public or for use in products manufactured by the person; (*producteur*)

regulated area [Repealed, SOR/91-139, s. 2]

signatory provinces means all the provinces of Canada except the non-signatory territories. (*provinces signataires*)

unregulated area [Repealed, SOR/90-477, s. 2]

SOR/79-638, s. 2; SOR/81-115, s. 2; SOR/90-477, s. 2; SOR/91-139, s. 2; SOR/96-141, s. 2; SOR/98-244, s. 2; SOR/2002-1, s. 2.

PART I

Chicken Farmers of Canada

[SOR/2002-1, s. 3]

2 (1) The Commodity Board for a province may, at any time, appoint a person who is a resident of that province to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the calendar year following the year of appointment.

(2) The Canadian Poultry and Egg Processors Council may, at any time, appoint two persons who are residents of Canada and who are experienced in the business or trade of the processing of chicken meat to be members of CFC and each person so appointed shall hold office until the end of CFC's second annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

(3) The Canadian Restaurant and Food Service Association may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of supplying prepared foods to consumers to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

(4) The Further Poultry Processors Association of Canada may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of the further processing of chicken meat to be a member of CFC to hold office until the end of CFC's annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

poulet Poulet et toute partie de celui-ci, vivant ou sous forme transformée, qui est produit au Canada et commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation. (*chicken*)

PPC Les Producteurs de Poulet du Canada. (*CFC*)

producteur Personne qui élève du poulet pour la transformation, pour la vente au public ou pour l'utilisation dans des produits fabriqués par elle; (*producer*)

provinces non signataires [Abrogée, DORS/2002-1, art. 2]

provinces signataires Toutes les provinces du Canada, à l'exclusion des territoires non signataires. (*signatory provinces*)

région non réglementée [Abrogée, DORS/90-477, art. 2]

région réglementée [Abrogée, DORS/91-139, art. 2]

territoire non signataire Le territoire du Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. (*non-signatory territory*)

DORS/79-638, art. 2; DORS/81-115, art. 2; DORS/90-477, art. 2; DORS/91-139, art. 2; DORS/96-141, art. 2; DORS/98-244, art. 2; DORS/2002-1, art. 2.

PARTIE I

Les producteurs de poulet du Canada

[DORS/2002-1, art. 3]

2 (1) L'Office de commercialisation d'une province peut, à tout moment, nommer un résident de cette province, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de l'année civile suivant l'année de sa nomination.

(2) Le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles peut, à tout moment, nommer deux résidents du Canada qui possèdent de l'expérience de l'industrie ou du commerce de la transformation de la viande de poulet, à titre de membres des PPC, le mandat de chaque personne ainsi nommée se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.

(3) L'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l'expérience de l'industrie ou du commerce d'aliments préparés fournis aux consommateurs, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.

(4) L'Association canadienne des sur-transformateurs de volailles peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l'expérience de l'industrie ou du commerce de la sur-transformation de la viande de poulet, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de

(5) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (4) may, at any time, appoint a person with the same qualifications for membership as are required for a member to be appointed by the Board or organization, to be a temporary substitute member to act in the place of each member appointed by it when that member is absent, is unable to act or is elected Chairperson of CFC, to hold office as a temporary substitute member until the member in whose place the temporary substitute member is appointed to act, ceases to be a member.

(6) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (4) may, at any time, revoke the membership of a member or temporary substitute member appointed by it.

SOR/79-638, s. 3(F); SOR/81-678, s. 1; SOR/96-141, s. 3; SOR/2002-1, ss. 4, 16.

3 The members of CFC shall, at each of their annual meetings, elect from among themselves a chairperson and a vice-chairperson, and the persons so elected shall hold office until the end of CFC's annual meeting next following the appointments.

SOR/96-141, s. 3; SOR/2002-1, s. 16.

4 The head office of CFC shall be situated in the City of Ottawa, in the Province of Ontario.

SOR/79-638, s. 4; SOR/84-808, s. 1; SOR/2002-1, s. 5.

PART II

The Marketing Plan

5 In this Part,

Board means, in respect of the Province of

(a) Ontario, Ontario Farm Products Marketing Commission,

(b) Quebec, Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec,

(c) Nova Scotia, Nova Scotia Natural Products Marketing Council,

(d) New Brunswick, New Brunswick Farm Products Commission,

(e) Manitoba, Manitoba Natural Products Marketing Council,

(f) British Columbia, British Columbia Marketing Board,

(g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Marketing Council,

(h) Saskatchewan, Agri-Food Marketing Council,

l'assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l'année de sa nomination.

(5) Tout Office de commercialisation ou tout organisme mentionné aux paragraphes (2) à (4) peut nommer membre suppléant une personne possédant les compétences nécessaires pour être membre des PPC, pour remplacer un membre nommé par lui qui est absent ou incapable de remplir ses fonctions ou a été nommé président des PPC; le membre suppléant exerce ses fonctions jusqu'à l'expiration du mandat du membre qu'il remplace.

(6) Tout Office de commercialisation ou tout organisme mentionné aux paragraphes (2) à (4) peut annuler la nomination d'un membre ou d'un membre suppléant.

DORS/79-638, art. 3(F); DORS/81-678, art. 1; DORS/96-141, art. 3; DORS/2002-1, art. 4 et 16.

3 Les membres des PPC doivent choisir parmi eux, à chaque assemblée annuelle des PPC, un président et un vice-président pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle des PPC qui suit leur nomination.

DORS/96-141, art. 3; DORS/2002-1, art. 16.

4 Le siège social des PPC est situé dans la ville d'Ottawa, dans la province d'Ontario.

DORS/79-638, art. 4; DORS/84-808, art. 1; DORS/2002-1, art. 5.

PARTIE II

Plan de commercialisation

5 Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente partie.

commercialisation, En ce qui concerne le poulet, la commercialisation inclut la vente et la mise en vente, l'achat, la fixation des prix, l'assemblage, l'emballage, la transformation, le transport, l'entreposage et toute autre opération nécessaire au conditionnement du poulet ou à son offre en un lieu et à un moment donnés pour achat en vue de consommation ou d'utilisation; (*marketing*)

contingent

a) Dans le cas d'un territoire non signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids éviscéré, qu'une personne a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial à destination des provinces signataires au cours d'une période;

b) dans le cas d'une province signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids vif, qu'un producteur a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial ou d'exportation au cours d'une période. (*quota*)

contingentement La formule établie par les PPC selon laquelle :

(i) Alberta, Alberta Agricultural Products Marketing Council, and

(j) Newfoundland, Newfoundland Agricultural Products Marketing Board; (*Régie*)

marketing, in relation to chicken, includes selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and any other act necessary to prepare the chicken in a form, or to make it available at a place and time, for purchase for consumption or use; (*commercialisation*)

Operating Agreement means Schedule B to the Federal-Provincial Agreement for Chicken, as amended from time to time; (*entente opérationnelle*)

quota means

(a) in respect of a non-signatory territory, the number of kilograms of chicken, expressed in eviscerated weight, that a person is entitled to market in interprovincial trade into the signatory provinces during a period, and

(b) in respect of a signatory province, the number of kilograms of chicken, expressed in live weight, that a producer is entitled to market in interprovincial or export trade during a period; (*contingent*)

quota system means a system established by CFC by which

(a) in respect of a non-signatory territory, CFC allots quotas to persons in the non-signatory territory, and

(b) in respect of a signatory province, the appropriate Board or Commodity Board allots quotas to producers of that province on behalf of CFC, thus allowing CFC, in respect of a non-signatory territory, or a Board or Commodity Board, in respect of the signatory provinces, to fix and determine the quantity, if any, in which chicken of any variety, class or grade may be marketed in interprovincial or export trade. (*contingentement*)

SOR/79-638, s. 5; SOR/80-785, s. 1; SOR/81-115, s. 2; SOR/90-477, s. 3; SOR/91-139, s. 3; SOR/2002-1, s. 6.

Establishment of a Quota System

[SOR/2002-1, s. 7]

6 (1) CFC shall, by order or regulation, establish a quota system for the signatory provinces by which quotas are allotted to all members of classes of chicken producers in each province to whom quotas are allotted by the appropriate Board or Commodity Board.

a) dans le cas d'un territoire non signataire, les PPC allouent des contingents aux personnes de ce territoire;

b) dans le cas d'une province signataire, la Régie ou l'Office de commercialisation compétent alloue des contingents aux producteurs de cette province au nom des PPC, ce qui permet aux PPC, en ce qui concerne un territoire non signataire, et à la Régie ou à l'Office de commercialisation, en ce qui concerne une province signataire, de fixer et de déterminer la quantité de poulet de n'importe quelle variété, classe ou qualité, qui peut être commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation. (*quota system*)

entente opérationnelle L'annexe B de l'Accord fédéral-provincial sur le poulet, avec ses modifications successives. (*Operating Agreement*)

Régie

a) En Ontario, la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario;

b) au Québec, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec;

c) en Nouvelle-Écosse, le Nova Scotia Natural Products Marketing Council;

d) au Nouveau-Brunswick, la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick;

e) au Manitoba, le Conseil manitobain de commercialisation des produits naturels;

f) en Colombie-Britannique, le British Columbia Marketing Board;

g) à l'Île-du-Prince-Édouard, le Prince Edward Island Marketing Council;

h) en Saskatchewan, le Saskatchewan Agri-Food Council;

i) en Alberta, le Alberta Agricultural Products Marketing Council;

j) à Terre-Neuve, le Newfoundland Agricultural Products Marketing Board. (*Board*)

DORS/79-638, art. 5; DORS/80-785, art. 1; DORS/81-115, art. 2; DORS/90-477, art. 3; DORS/91-139, art. 3; DORS/2002-1, art. 6.

Établissement d'un contingentement

[DORS/2002-1, art. 7]

6 (1) Les PPC doivent, par règlement ou ordonnance, établir un mécanisme de contingentement pour les provinces signataires par lequel des contingents sont attribués à tous les membres de différentes classes de producteurs de poulet de chaque province auxquels des contingents sont attribués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent.

(2) CFC may, by order or regulation, establish a quota system for one or more non-signatory territories allowing CFC to fix and allot quotas to any person in a non-signatory territory engaged in the interprovincial marketing of chicken and to determine, for the purposes of orderly marketing, the quantity of chicken produced in a non-signatory territory that may be marketed into the signatory provinces, and the conditions under which it may be so marketed.

(3) CFC may reduce or may refuse to allot, for subsequent periods and in any manner and to any extent that it considers appropriate, the quota of a producer who has produced and marketed chicken in excess of a quota previously allotted to that person.

(4) In establishing a quota system in accordance with subsection (1), CFC shall establish its allocation for each signatory province for a year in such a manner that the aggregate of the numbers following in respect of that province is equal to the number of kilograms of chicken set out in the table to subsection (5) for the year in respect of that province:

(a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade in the year, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board,

(b) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the year, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and

(c) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in the year, as authorized other than by quotas.

(5) The number of kilograms of chicken initially established for a year in respect of a signatory province set out in column 1 of the table to this subsection is the number of kilograms set out in column 2.

TABLE

Item	Column 1 Signatory Province	Column 2 Live Weight in Kilograms
1	Ontario	137,200,000
2	Quebec	118,596,000
3	Nova Scotia	15,075,000
4	New Brunswick	10,208,000
5	Manitoba	15,773,000
6	British Columbia	36,088,000
7	Prince Edward Island	737,000
8	Saskatchewan	9,130,000

(2) Les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, établir un mécanisme de contingentement pour un ou plusieurs territoires non signataires, permettant aux PPC de fixer et d'allouer des contingents aux personnes d'un territoire non signataire qui se livrent à la commercialisation interprovinciale de poulet et de déterminer, aux fins d'une commercialisation ordonnée de poulet, la quantité de poulet produit dans un territoire non signataire pouvant être commercialisé dans les provinces signataires et les conditions de cette commercialisation.

(3) Les PPC peuvent, pour des périodes ultérieures et de la façon et dans la mesure qu'ils jugent appropriées, réduire le contingent d'un producteur qui a produit et commercialisé du poulet au-delà de son contingent ou refuser de lui allouer un contingent.

(4) Les PPC doivent, lors de l'établissement du mécanisme de contingentement établi conformément au paragraphe (1), fixer l'allocation de chaque province signataire, pour une année, de manière que la somme des nombres suivants pour cette province soit égale au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe (5) pour l'année pour cette province :

a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur le marché intraprovincial est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

c) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue au cours de l'année, selon une autorisation autre que par contingents.

(5) Le nombre de kilogrammes de poulet initialement alloué pour une année à une province signataire visée à la colonne 1 du tableau du présent paragraphe est le nombre visé à la colonne 2.

TABEAU

Article	Colonne 1 Province signataire	Colonne 2 Poids vif en kilogrammes
1	Ontario	137 200 000
2	Québec	118 596 000
3	Nouvelle-Écosse	15 075 000
4	Nouveau-Brunswick	10 208 000
5	Manitoba	15 773 000
6	Colombie-Britannique	36 088 000
7	Île-du-Prince-Édouard	737 000
8	Saskatchewan	9 130 000

	Column 1	Column 2
Item	Signatory Province	Live Weight in Kilograms
9	Alberta	27,053,000
10	Newfoundland	2,784,000

(6) In establishing a quota system in accordance with subsection (2), CFC shall establish its allocation for each non-signatory territory in such a manner that the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces in a year, under quotas allotted by CFC, equals the average number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory, and marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, in a year, during the five years beginning on January 1, 1986 and ending on December 31, 1990.

(7) Despite subsection (6), CFC may establish the initial and any subsequent allocation to a non-signatory territory for a period other than a year.

SOR/80-785, s. 2; SOR/90-477, s. 4; SOR/91-139, s. 4; SOR/2002-1, ss. 8, 16.

Changes to Quota Allocation

7 (1) Unless the process set out in the Operating Agreement for making changes to quota allocation has been followed, no order or regulation shall be made with respect to the allocation to a signatory province if its effect would be to increase or decrease, to a number that is different on a yearly basis from the number of kilograms of chicken set out in respect of that province in the table to subsection 6(5), the aggregate of

(a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board, and to be marketed in intraprovincial trade, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and

(b) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade as authorized other than by quotas.

(2) Despite subsection (1) and section 6, subsequent to the initial allocation made in accordance with section 6, CFC may allocate quotas to a signatory province for a period other than a year.

(3) No order or regulation shall be made with respect to a non-signatory territory if its effect would be to increase or decrease the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, under quotas

	Colonne 1	Colonne 2
Article	Province signataire	Poids vif en kilogrammes
9	Alberta	27 053 000
10	Terre-Neuve	2 784 000

(6) Lors de l'établissement du mécanisme de contingentement conformément au paragraphe (2), les PPC fixent l'allocation de chaque territoire non signataire de manière que le nombre de kilogrammes de poulet produit dans le territoire non signataire et dont la commercialisation est autorisée au cours d'une année sur le marché interprovincial dans les provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, soit égal au nombre moyen de kilogrammes de poulet produit dans une année dans le territoire non signataire et commercialisé sur le marché interprovincial dans les provinces signataires, au cours des cinq années commençant le 1^{er} janvier 1986 et se terminant le 31 décembre 1990.

(7) Malgré le paragraphe (6), les PPC peuvent établir l'allocation initiale et les allocations ultérieures d'un territoire non signataire pour une période autre qu'annuelle.

DORS/80-785, art. 2; DORS/90-477, art. 4; DORS/91-139, art. 4; DORS/2002-1, art. 8 et 16.

Modification de l'allocation des contingents

7 (1) À moins que le processus établi dans l'entente opérationnelle pour modifier l'allocation des contingents n'ait été suivi, il ne peut être pris aucune ordonnance ni aucun règlement relativement à l'allocation d'une province signataire qui aurait pour effet de faire passer la somme des nombres ci-après à un nombre supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe 6(5) pour cette province :

a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et pouvant être commercialisé sur les marchés interprovincial et d'exportation selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent, et sur le marché intraprovincial selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue sur les marchés intraprovincial, interprovincial et d'exportation, selon une autorisation autre que par contingents.

(2) Malgré le paragraphe (1) et l'article 6, à la suite d'une allocation initiale faite conformément à l'article 6, les PPC peuvent allouer des contingents à une province signataire pour une période autre qu'annuelle.

(3) Il ne peut être pris aucune ordonnance ni aucun règlement relativement à un territoire non signataire qui aurait pour effet de faire passer le nombre de kilogrammes de poulet produit dans ce territoire non signataire et pouvant être commercialisé sur le marché interprovincial à destination des

allotted by CFC, to a number that is different on a yearly basis, from the number of kilograms of chicken referred to in subsection 6(6), unless the increase or decrease is in the same proportion as the average increase or decrease in an order or regulation made by CFC with respect to the signatory provinces in accordance with this section.

SOR/90-477, s. 5; SOR/91-139, s. 5; SOR/2002-1, s. 9.

7.1 [Repealed, SOR/2002-1, s. 9]

8 The quota allocation for a signatory province or a non-signatory territory

(a) shall not be augmented as a result of predatory marketing practices, including the shorting of a market traditionally supplied for the purpose of supplying a market not traditionally supplied; and

(b) shall be liable to subsequent adjustment if such predatory marketing practices have occurred.

SOR/2002-1, s. 10.

9 If a delegation is made under subsection 22(3) of the Act, CFC shall, by order, prescribe the function that is to be performed on behalf of CFC and the limitations, if any, imposed on the Board or Commodity Board in the exercise of that function.

SOR/2002-1, s. 11.

10 In making orders and regulations establishing and implementing a quota system, CFC shall have regard to equivalent orders and regulations made by the appropriate Board or Commodity Board and shall, in so far as possible, make orders and regulations in such a manner as to complement those made by the Board or the Commodity Board.

SOR/2002-1, s. 16.

Licensing

11 (1) CFC shall, with respect to the signatory provinces, and may, with respect to a non-signatory territory, by order or regulation, establish a system for the licensing of persons who are engaged in the marketing of chicken in interprovincial or export trade, and the system may provide for the payment to CFC of fees in respect of each licence issued and for the prohibition of predatory marketing practices.

(2) CFC, in establishing a licensing system pursuant to subsection (1), shall prescribe the terms and conditions to which each licence issued pursuant to the system is subject, including

(a) a condition that the person to whom the licence is issued shall at all times during the term of such licence comply with orders and regulations of CFC or of any Board or Commodity Board; and

provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, à un nombre qui est supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au paragraphe 6(6) à moins que l'augmentation ou la diminution de ce nombre ne soit proportionnelle à l'augmentation ou à la diminution moyenne pour l'ensemble des provinces signataires suite à une ordonnance ou un règlement pris par les PPC conformément au présent article.

DORS/90-477, art. 5; DORS/91-139, art. 5; DORS/2002-1, art. 9.

7.1 [Abrogé, DORS/2002-1, art. 9]

8 L'allocation de contingents à une province signataire ou à un territoire non signataire :

a) ne sera pas augmentée suite à une résultante de pratiques de piraterie en matière de commercialisation y inclus la privation d'un marché traditionnellement fourni dans le but de fournir un autre marché non traditionnel; et

b) sera passible de réduction subséquente advenant que de telles pratiques de piraterie sont démontrées évidentes.

DORS/2002-1, art. 10.

9 S'il y a une délégation de pouvoirs conformément au paragraphe 22(3) de la Loi, les PPC prescrivent, par ordonnance, la fonction qui doit être exercée en leur nom et, s'il y a lieu, les limites imposées à la Régie ou à l'Office de commercialisation dans l'exercice de cette fonction.

DORS/2002-1, art. 11.

10 Lorsque les PPC rendent les ordonnances et établissent des règlements visant l'établissement et la mise en œuvre d'un système de contingentement, ils doivent tenir compte des ordonnances et règlements équivalents émanant de la Régie ou de l'Office de commercialisation pertinent et doivent, autant que possible, rendre des ordonnances et établir des règlements susceptibles de compléter ceux de la Régie ou de l'Office de commercialisation.

DORS/2002-1, art. 16.

Permis

11 (1) Les PPC doivent, dans le cas des provinces signataires et peuvent, dans le cas d'un territoire non signataire, établir, par ordonnance ou règlement, un mécanisme d'attribution de permis aux personnes qui se livrent à la commercialisation du poulet sur le marché interprovincial ou d'exportation, lequel mécanisme peut prévoir le paiement des droits aux PPC pour chaque permis délivré de même que l'interdiction des pratiques de commercialisation abusives.

(2) Lorsque les PPC établissent un mécanisme d'attribution de permis en application du paragraphe (1), il doivent stipuler les modalités et conditions afférentes à chaque permis délivré selon le mécanisme y compris

a) une condition portant que le titulaire du permis doit, en tout temps durant la période de validité du permis, se conformer aux ordonnances et règlements des PPC ou d'une Régie ou Office de commercialisation; et

- (b)** the conditions under which the marketing of chicken may take place in interprovincial or export trade.

SOR/90-477, s. 6; SOR/91-139, s. 7; SOR/2002-1, ss. 12, 16.

Levies

12 (1) CFC may, with respect to the signatory provinces, by order or regulation, impose levies or charges on persons engaged in the production or marketing of chicken and any such order or regulation may classify such persons into groups and specify the levies or charges payable by members of each such group and provide for the manner of their collection.

(2) Levies imposed by any order or regulation referred to in subsection (1) shall be established at such levels as to produce in each year a return to CFC that is an amount sufficient to defray its administrative and marketing expenses and costs, as estimated by it, for the year.

(3) CFC, in estimating its administrative and marketing expenses and costs for a year, may allow for the creation of reserves, the payment of expenses and losses resulting from the sale or disposal of chicken, as CFC considers appropriate, and any other expenses and costs deemed essential by CFC for the realization of its objects.

(4) CFC may, with the concurrence of a Commodity Board, appoint that Commodity Board to collect on its behalf the levies or charges imposed by any order or regulation referred to in subsection (1).

SOR/91-139, s. 8; SOR/2002-1, ss. 13, 16.

Debts Payable to Cfc

12.1 Licence fees, levies or charges prescribed by orders and regulations of CFC become debts payable to CFC at the time prescribed in the orders or regulations.

SOR/2002-1, s. 14.

General

13 With respect to chicken produced in a signatory province and to chicken produced in a non-signatory territory and shipped into a signatory province in interprovincial trade and not for export, CFC shall exercise its powers in such a manner as to preclude any person from selling chicken in a signatory province, other than the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced, at a price that is less than the aggregate of

- (a)** the price charged at or about the same time by the trade for similar sales of chicken of an equivalent variety, class or grade in the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced, and

- b)** des conditions selon lesquelles la commercialisation du poulet pourrait se faire sur le marché interprovincial ou d'exportation.

DORS/90-477, art. 6; DORS/91-139, art. 7; DORS/2002-1, art. 12 et 16.

Redevances

12 (1) En ce qui concerne les provinces signataires, les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, imposer des redevances ou frais aux personnes qui se livrent à la production ou à la commercialisation du poulet, répartir ces personnes en groupes et déterminer les redevances ou frais à payer par les membres de chacun de ces groupes, ainsi que prévoir le mode de perception des redevances ou frais.

(2) Les redevances imposées par une ordonnance ou un règlement mentionné au paragraphe (1) doivent être fixées aux niveaux voulus pour assurer chaque année aux PPC une recette suffisante pour couvrir le montant estimatif de leurs frais d'administration et de commercialisation, pour l'année.

(3) Lorsque les PPC établissent le montant estimatif de leurs frais d'administration et de commercialisation pour une année, ils peuvent tenir compte de la constitution de fonds de réserve, du paiement des dépenses et des pertes résultant de la vente ou de l'écoulement du poulet, selon ce que les PPC jugent approprié et de tous autres frais et dépenses que les PPC jugent essentiels à la poursuite de leur mission.

(4) Les PPC peuvent, avec l'assentiment de l'Office de commercialisation, mandater ledit Office de commercialisation de percevoir pour leur compte les redevances ou frais imposés par toute ordonnance ou règlement dont il est fait mention au paragraphe (1).

DORS/91-139, art. 8; DORS/2002-1, art. 13 et 16.

Dettes à payer aux ppc

12.1 Les droits d'attribution de permis, les redevances ou les frais prévus par ordonnance ou règlement des PPC deviennent des dettes à payer aux PPC aux moments prescrits par ordonnance ou règlement.

DORS/2002-1, art. 14.

Généralités

13 En ce qui concerne le poulet produit dans une province signataire et celui produit dans un territoire non signataire et expédié dans une province signataire sur le marché interprovincial et non pour l'exportation, les PPC doivent exercer leurs pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre du poulet dans une province signataire autre que la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit, à un prix qui est inférieur à la somme :

- a)** du prix demandé à la même époque — ou à environ à la même époque — dans le commerce pour le poulet de type, classe ou catégorie équivalent vendu dans la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit;

- (b) any reasonable transportation charges for shipping that chicken to the place where it is marketed.

SOR/90-477, s. 7; SOR/91-139, s. 9; SOR/2002-1, s. 15.

14 CFC shall take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation between itself and each Board and Commodity Board and, without limiting the generality of the foregoing, shall

- (a) make available to each Board or Commodity Board the records, minutes and decisions of CFC;

- (b) allow an officer or employee of a Board or Commodity Board who is designated by the Board or Commodity Board for such purpose to attend meetings of CFC at which any matter that is of concern to the particular Board or Commodity Board is likely to be discussed and for such purpose shall give notice of such meetings to the officer or employee so designated; and

- (c) give notice of each order or regulation that it proposes to make to each Board or Commodity Board that is likely to be affected in its operation by the enactment of the order or regulation.

SOR/2002-1, s. 16.

Review of Marketing Plan

15 (1) CFC shall, at least once in each year and as often as a meeting is requested, as provided in subsection (2), hold a meeting for the purpose of reviewing the terms of this marketing plan and of any orders and regulations made under the Act to implement the Plan with a view to determine whether or not any modifications are required in order to facilitate the carrying out by CFC of its objects.

(2) A meeting referred to in subsection (1) shall be held as soon as is reasonably convenient after receipt by CFC of a written request for such a meeting from the Board and Commodity Board for each of at least two provinces.

SOR/91-139, s. 10(F); SOR/2002-1, s. 16.

- b) du montant des frais de transport raisonnables du poulet vers le lieu où il est commercialisé.

DORS/90-477, art. 7; DORS/91-139, art. 9; DORS/2002-1, art. 15.

14 Les PPC doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour susciter un haut degré de collaboration entre eux-mêmes, chaque Régie et chaque Office de commercialisation et, sans restreindre la portée générale de ce qui précède, ils doivent

- a) mettre à la disposition de chaque Régie ou Office de commercialisation les comptes rendus, procès-verbaux et décisions des PPC;

- b) autoriser un fonctionnaire ou un employé d'une Régie ou d'un Office de commercialisation, désigné à cet effet par la Régie ou l'Office de commercialisation, d'assister aux réunions des PPC, aux cours desquelles doit être traitée une question intéressant la Régie ou l'Office de commercialisation concerné et, à cette fin, doivent aviser desdites réunions le fonctionnaire ou l'employé ainsi désigné; et

- c) informer de tout projet d'ordonnance ou de règlement la Régie ou l'Office de commercialisation dont le fonctionnement pourrait être touché par la mise en vigueur dudit règlement ou de ladite ordonnance.

DORS/2002-1, art. 16.

Examen du plan de commercialisation

15 (1) Au moins une fois par année et chaque fois qu'il y a lieu de tenir une réunion conformément aux prescriptions du paragraphe (2), les PPC doivent tenir une réunion pour examiner ledit Plan de commercialisation ainsi que toute ordonnance rendue et tout règlement établi en vertu de la Loi pour la mise à exécution du Plan afin d'établir l'opportunité ou la nécessité d'y apporter des modifications pour faciliter aux PPC la réalisation de leurs objectifs.

(2) Une réunion visée au paragraphe (1) se tient aussitôt que possible après que les PPC ont reçu une demande écrite en ce sens de la part de la Régie ou de l'Office de commercialisation d'au moins deux provinces.

DORS/91-139, art. 10(F); DORS/2002-1, art. 16.

Memorandum of Understanding for a long term chicken allocation agreement

1. General

- 1.1 In accordance with the agreement-in-principle reached by provincial chicken boards and Chicken Farmers of Canada (CFC) on July 8, 2014, this Memorandum of Understanding (MOU) sets out guiding parameters for allocating growth in Canadian chicken supply commencing in Period A-127 based on the following principles:
- A. All provinces will share in growth through an allocation formula that incorporates the following differential growth components: provincial shares of national base allocation, population growth, income-based Gross Domestic Product (GDP) growth, Consumer Price Index, Farm Input Price Index, quota utilization, further processing and supply share; and
 - B. A discrete periodic supply of the compounded equivalent of 14,184,786 kgs will be allocated to Ontario over 66 periods. The supply will come from compounded equivalent reductions in allocations over 66 periods for the provinces other than Ontario and Alberta of: 4,645,018 kg for British Columbia, 2,447,375 kg for Saskatchewan and Manitoba combined, 4,645,018 kg for Québec, and 2,447,375 for New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador combined.
- 1.2 This MOU:
- A. Is intended to complement the Federal-Provincial Agreement for Chicken (FPA) and Operating Agreement (OA), while serving as the foundation of long term amendments to the OA and facilitating the immediate re-entry of Alberta as an FPA signatory;
 - B. Is to be interpreted in accordance with the terminology and definitions in the FPA and OA, unless otherwise indicated;
 - C. Has been designed to enable CFC to fulfil its statutory obligations;
 - D. Will not detract from the bottom up allocation setting process, whereby provincial marketing boards identify their proposed market requirements for each period and submit them to CFC for the purpose of enabling CFC to determine periodic quota allocations;
 - E. Does not diminish the statutorily mandated role of federal and provincial supervisory bodies.

2. Commencement and ongoing implementation of the MOU

- 2.1 This MOU will be effective upon the setting of the allocation for Period A-127, and will remain in effect until the OA is amended.
- 2.2 This MOU will continue to serve as a reference point in the interpretation of the amended OA and in CFC's annual review of the OA.

3. Procedures for national allocations set at or below the national base allocation

- 3.1 If the national allocation for a period is set at base or below base, the national allocation will be distributed amongst the provinces on the basis of provincial shares of the national base allocation for that period. For example:
 - A. If the national allocation is set at 1% below base for a period, each province will receive an allocation that is 1% below its base allocation for that period; and
 - B. If the national allocation is set at base for a period, each province will receive its base allocation for that period.
- 3.2 It is understood that the provincial shares of the national base allocation will evolve over time based on the application of the differential growth formula in section 4 and 5, and the discrete supply to Ontario in section 6.

4. Procedures for national allocations set above the national base allocation

- 4.1 Subject to the other provisions in this MOU, if the national allocation for a period is set above base, the growth (over base portion) of the domestic allocation will be distributed using a differential growth formula that consists of the following eight components and component weighting:
 - A. Provincial share of the national base allocation – 45%
 - B. Population growth – 7.5%
 - C. Income-based Gross Domestic Product (GDP) growth – 7.5%
 - D. Consumer Price Index (CPI) – 7.5%
 - E. Farm Input Price Index (FIPI) – 10%
 - F. Quota Utilization – 7.5%
 - G. Further Processing – 10%
 - H. Supply Share – 5%
- 4.2 The data sources, update frequency and schedule, calculations and application for each component are described in section 5. The calculation and application methodology will remain constant, except as outlined for the further processing component in section 5.7.4, while the data used in the calculations will be updated as new data become available a minimum of 26 weeks prior to the start of the period that is being set.

5. Differential Growth Formula Components

5.1 Provincial share of the national base allocation

- 5.1.1 Forty-five percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using the provincial shares of the national base allocation for the period being set.

- 5.1.2 Using Period A-127 as an example, the provincial shares of the national base allocation growth component is calculated on the province's share of the national base allocation for that Period:

Provincial share of the national base allocation component											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Base A127	21,286,650	13,811,648	5,317,246	6,224,257	49,679,985	40,467,374	4,277,281	5,346,840	580,780	2,091,310	149,083,371
Pro-rata component distribution factors	14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%

5.2 Population growth

- 5.2.1 Seven and a half percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using population growth distribution factors. Only provinces that had an increase in population will receive a share of the kilograms available under this component.
- 5.2.2 The population growth component uses the percentage changes in provincial population between the most recent available quarterly population estimate (Statistics Canada, CANSIM Table 051-0005 and Quarterly Demographic Estimates 91-002-X) and the same quarter of the previous year.
- 5.2.3 The provincial percentage growth rates are standardized by multiplying the qualifying provinces' percentage growth rate with the qualifying provinces' share of the sum of the qualifying provinces' population.
- 5.2.4 In periods in which no province qualifies to receive a share of this component, the kilograms will be distributed on the basis of the provincial shares of the national base allocation.
- 5.2.4 Using Period A-127 as an example, the population growth component is calculated on the population growth from Q1 2013 to Q1 2014:

Population Growth (Quarterly Population Estimates, Statistics Canada, CANSIM Table 051-0005)											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Population January 1 2013	4,558,900	3,948,242	1,097,447	1,257,951	13,474,940	8,115,740	756,228	943,573	144,963	527,754	32,598,183
Population January 1 2014	4,609,946	4,082,571	1,117,503	1,272,062	13,598,676	8,179,712	755,464	940,592	145,211	526,896	33,005,681
Provincial change #	51,046	134,329	20,056	14,111	123,736	63,972	-764	-2,981	248	-858	407,498
Provincial change %	1.120%	3.402%	1.828%	1.122%	0.918%	0.788%	-0.101%	-0.316%	0.171%	-0.163%	1.250%
January 1, 2014 pop shares	13.967%	12.369%	3.386%	3.854%	41.201%	24.783%			0.440%		100%
Standardized score	0.00156	0.00421	0.00062	0.00043	0.00378	0.00195	0.00000	0.00000	0.00001	0.00000	0.01257
Population growth component distribution factors	12.444%	33.485%	4.923%	3.440%	30.104%	15.544%	0.000%	0.000%	0.060%	0.000%	100%

5.3 Income-based GDP growth

- 5.3.1 Seven and a half percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using income-based GDP growth distribution factors. Only provinces that had an increase in GDP will share in the kilograms available under this component.
- 5.3.2 The income-based GDP growth component uses the average annual growth in income-based GDP (Statistics Canada, CANSIM Table 384-0037) in the three most recent years for which data is available, and multiplies the three-year averages with the provincial shares of the national base allocation for the period being set to calculate the distribution factors for this component.

5.3.3 In periods in which no province qualifies to receive a share of this component, the kilograms will be distributed on the basis of the provincial shares of the national base allocation.

5.3.4 Using Period A-127 as an example, the income-based GDP growth component is calculated on the 3-year average of annual growth from 2009 to 2012:

Income-based GDP (Statistics Canada - CANSIM Table 384-0037)											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Income based GDP 2009	100,335	123,232	23,379	26,188	324,517	163,775	15,235	18,905	2,588	10,147	808,301
Income based GDP 2010	102,467	126,399	24,602	26,882	336,521	169,059	15,628	19,424	2,672	10,738	834,392
Income based GDP 2011	106,804	136,426	26,955	28,047	351,225	177,789	16,158	20,569	2,788	11,682	878,443
Income based GDP 2012	111,237	149,031	29,125	29,260	362,242	184,418	16,459	20,499	2,888	12,723	917,882
growth 2010 vs 2009	2.125%	2.570%	5.231%	2.650%	3.699%	3.226%	2.580%	2.745%	3.246%	5.824%	3.228%
growth 2011 vs 2010	4.233%	7.933%	9.564%	4.334%	4.369%	5.164%	3.391%	5.895%	4.341%	8.791%	5.279%
growth 2012 vs 2011	4.151%	9.239%	8.050%	4.325%	3.137%	3.729%	1.863%	-0.340%	3.587%	8.911%	4.490%
average growth 2010-2012	3.503%	6.581%	7.615%	3.770%	3.735%	4.040%	2.611%	2.767%	3.725%	7.842%	4.332%
A127 base shares	14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%
Standardized score	0.0050	0.0061	0.0027	0.0016	0.0124	0.0110	0.0007	0.0010	0.0001	0.0011	0.0418
Income-based GDP component distribution factors	11.968%	14.589%	6.501%	3.766%	29.787%	26.241%	1.793%	2.374%	0.348%	2.633%	100%

5.4 Consumer Price Index (CPI) – all items

5.4.1 Seven and a half percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using CPI distribution factors.

5.4.2 The application of the CPI component uses most recent 12-month simple average for the “all items” category of the CPI as measured by Statistics Canada (CANSIM table 326-0020). CPI is used as a proxy for cost of production, with the result that low CPI results in more kilograms on the application of this component. Therefore the model uses the inverse (1/CPI) of the provincial CPI to rebase the numbers. The rebased provincial CPI numbers are standardized by multiplying the provinces’ rebased CPI with the provincial shares of the national base allocation for the period being set. The distribution factor for each province is then calculated by dividing each province’s standardized scores by the sum of all provincial standardized scores.

5.4.3 Using Period A-127 as an example, the CPI component is calculated on the simple average of the “all items” category of the CPI from April 2013 to March 2014:

CPI - all items (Statistics Canada - CANSIM Table 326-0020)											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Apr-13	117.2	128.7	125.4	122.6	122.9	121.8	122.8	126.8	128.6	125.9	122.7
May-13	117.9	129.5	126.0	123.0	123.0	121.9	122.6	126.4	127.9	125.9	123.0
Jun-13	117.6	129.8	126.2	123.6	123.2	121.8	122.5	126.4	127.9	126.0	123.0
Jul-13	117.9	129.6	125.9	123.9	123.4	121.8	122.6	126.4	128.1	126.1	123.1
Aug-13	118.0	129.4	125.7	123.8	123.4	121.9	123.0	126.6	128.6	126.0	123.1
Sep-13	118.1	129.5	126.4	124.0	123.5	122.0	123.5	127.3	129.0	126.6	123.3
Oct-13	117.7	129.3	126.7	124.0	123.3	121.6	123.5	126.7	129.0	126.7	123.0
Nov-13	117.4	129.5	126.3	124.0	123.3	121.8	123.5	126.7	129.2	127.0	123.0
Dec-13	117.0	129.1	126.1	122.7	123.1	121.5	123.5	126.7	128.6	126.6	122.7
Jan-14	117.1	129.9	126.4	123.4	123.3	121.7	123.4	127.4	129.2	126.7	123.1
Feb-14	118.0	130.8	127.8	124.3	124.6	122.6	124.4	128.4	130.1	127.6	124.1
Mar-14	118.6	133.1	128.7	125.1	125.1	122.9	125.1	128.9	130.9	128.4	124.8
Avg April 2013 - March 2014	117.7	129.9	126.5	123.7	123.5	121.9	123.4	127.1	128.9	126.6	123.2
Rebased (1/CPI)	0.00850	0.00770	0.00791	0.00808	0.00810	0.00820	0.00811	0.00787	0.00776	0.00790	0.00801
A-127 base shares	14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%
Standardized score	0.001213	0.000713	0.000282	0.000338	0.002698	0.002226	0.000233	0.000282	0.000030	0.000111	0.008126
CPI Component distribution factors	14.927%	8.780%	3.471%	4.153%	33.204%	27.394%	2.862%	3.473%	0.372%	1.364%	100.0%

5.5 Farm Input Price Index (FIPI) – commercial feed

- 5.5.1 Ten percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using FIPI distribution factors.
- 5.5.2 The application of the FIPI component uses most recent four-quarter simple average for the commercial feed component of the FIPI as measured by Statistics Canada (CANSIM table 328-0015). A low FIPI results in more kilograms on the application of this component. Therefore the model uses the inverse (1/FIPI) of the provincial FIPI to rebase the numbers. The rebased provincial FIPI numbers are standardized by multiplying the provinces' rebased FIPI with the provincial shares of the national base allocation for the period being set. The distribution factor for each province is then calculated by dividing each province's standardized scores by the sum of all provincial standardized scores.
- 5.5.3 Using Period A-127 as an example, the FIPI component is calculated on the simple average of four-quarter commercial feed component of the FIPI from Q1 2013 to Q4 2013:

FIPI - Commercial Feed (Statistics Canada - CANSIM Table 328-0015)											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Q1-2013	160.9	148.3	129.2	131.2	152.3	150.8	158.6	147.9	155.6	148.1	147.9
Q2-2013	171.9	150.6	131.4	131.9	148.3	152.9	158.9	151.2	159.3	152.7	148.9
Q3-2013	173.1	140.2	124.4	125.8	144.6	153.3	157.9	152.6	159.5	154.1	144.6
Q4-2013	169.3	133.3	117.3	118.2	131	144.9	154.3	150.1	156.3	153.2	136
Avg Qtr 1 2013 - Qtr 4 2013	168.8	143.1	125.6	126.8	144.1	150.5	157.4	150.5	157.7	152.0	144.4
Rebased (1/FIPI)	0.00592	0.00699	0.00796	0.00789	0.00694	0.00665	0.00635	0.00665	0.00634	0.00658	0.00693
A127 base shares	14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%
Standardized score	0.0008	0.0006	0.0003	0.0003	0.0023	0.0018	0.0002	0.0002	0.0000	0.0001	0.0068
FIPI component											
distribution factors	12.510%	9.575%	4.201%	4.871%	34.214%	26.679%	2.695%	3.525%	0.366%	1.365%	100%

5.6 Quota Utilization

- 5.6.1 Seven and a half percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using quota utilization distribution factors.
- 5.6.2 The application of the quota utilization component uses the standard deviation from 100% quota utilization in the most recent six audit periods (two consecutive production periods) for which CFC-audited data is available. A lower standard deviation results in more kilograms on the application of this component. Thus, provincial deviations are rebased and expressed as the inverse from 100% quota utilization (1 divided by the calculated deviations). The calculated deviations are then standardized by multiplying the rebased provinces' standard deviations by the provincial shares of the national base allocation for the period being set.
- 5.6.3 Using Period A-127 as an example, the quota utilization component is calculated on the audited quota utilization from Periods A-106/A-107 to A-116/A-117:

		Quota Utilization - six audit periods										
		BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
Quota Utilization	A-106 - A-107	100.784	100.062	99.968	102.553	102.308	100.644	103.365	102.437	104.009	99.245	101.335
	A-108 to A-109	101.194	101.298	101.322	100.080	99.242	99.847	101.919	101.668	99.445	98.455	100.152
	A-110 to A-111	101.450	99.258	98.645	100.820	98.251	98.896	99.965	100.441	100.062	100.456	99.278
	A-112 to A-113	100.743	97.930	98.624	100.753	97.829	99.262	101.254	100.120	101.287	100.094	99.041
	A-114 to A-115	102.527	101.813	101.303	102.505	101.257	101.658	100.785	102.563	100.437	99.103	101.659
	A-116 to A-117	102.466	98.902	99.990	99.381	100.172	99.872	98.845	101.087	102.388	101.901	100.300
Difference from 100	A-106 - A-107	0.784	0.062	-0.032	2.553	2.308	0.644	3.365	2.437	4.009	-0.755	1.335
	A-108 to A-109	1.194	1.298	1.322	0.080	-0.758	-0.153	1.919	1.668	-0.555	-1.545	0.152
	A-110 to A-111	1.450	-0.742	-1.355	0.820	-1.749	-1.104	-0.035	0.441	0.062	0.456	-0.722
	A-112 to A-113	0.743	-2.070	-1.376	0.753	-2.171	-0.738	1.254	0.120	1.287	0.094	-0.959
	A-114 to A-115	2.527	1.813	1.303	2.505	1.257	1.658	0.785	2.563	0.437	-0.897	1.659
	A-116 to A-117	2.466	-1.098	-0.010	-0.619	0.172	-0.128	-1.155	1.087	2.388	1.901	0.300
Variance from 100		2.860	1.836	1.196	2.404	2.548	0.828	3.089	2.780	3.988	1.265	1.014
standard deviation from 100		1.691	1.355	1.094	1.550	1.596	0.910	1.758	1.667	1.997	1.125	1.007
rebased standard deviation		0.591	0.738	0.914	0.645	0.627	1.099	0.569	0.600	0.501	0.889	0.993
A127 base shares		14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%
Standardized score		0.0844	0.0684	0.0326	0.0269	0.2088	0.2983	0.0163	0.0215	0.0020	0.0125	0.7717
quota utilization component distribution factors		10.9415%	8.8592%	4.2266%	3.4895%	27.0543%	38.6572%	2.1154%	2.7873%	0.2528%	1.6162%	100.0000%

5.7 Further Processing

- 5.7.1 Ten percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using further processing distribution factors.
- 5.7.2 On a temporary basis, from Periods A-127 to A-132, the distribution factors for the further processing component will be as follows:
- Fifty percent of the kilograms available under this component are distributed to provinces on the basis of the provincial share of the total number of federally registered establishments that are designated 6f ("other" further poultry processing) by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA).
 - Fifty percent of the kilograms available under this component are distributed to provinces on the basis of the provincial share of the most recent 24-month average

frozen inventories for the “other further processed chicken” category according to the monthly AAFC census of all known frozen egg and poultry facilities.

- As the data are not available on a provincial basis in Atlantic Canada, Atlantic Canada’s share of the national 24-month average frozen inventories will be distributed to New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador on the basis of their share of the combined bases of Atlantic Canada for the period being set.

5.7.3 Using Period A-127 as an example, the further processing component is calculated on the provincial share of the 360 active “other” further poultry processing establishments (6f) as of June 24, 2014 and the provincial share of the average frozen inventories for the “other further processed chicken” category from May 1, 2012 to April 1, 2014.

Further Processing (Federally Registered Further Processors, Category 6f, Canadian Food Inspection Agency; Storage Stocks, AAFC)												
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	ATL	CANADA
Further Processors (6f) June 24, 2014	31	31	7	6	160	114	7	2	1	1	-	360
Provincial share	8.611%	8.611%	1.944%	1.667%	44.444%	31.667%	1.944%	0.556%	0.278%	0.278%	-	100%
Storage Stocks (Avg. May 1 2012 to Apr 1 2014)	646.05	651.17	3.32	96.40	8,237.34	4,069.21	112.74	140.93	15.31	55.12	324.10	14,027.59
Provincial share	4.606%	4.642%	0.024%	0.687%	58.722%	29.009%	0.804%	1.005%	0.109%	0.393%	2.310%	100.00%
Distribution Factor	6.608%	6.627%	0.984%	1.177%	51.583%	30.338%	1.374%	0.780%	0.193%	0.335%	-	100.00%

5.7.4 CFC will engage the services of an independent consultant to develop the methodology for calculating a permanent distribution factor for the further processing component based on the annual production of specific further processed chicken products from domestically produced broiler meat not including MSM. Unless a different approach is agreed, chicken that has only been de-boned or marinated or seasoned would not qualify. Subject to the approval of the CFC Board of Directors by special vote, CFC will implement the permanent distribution factor in time for the setting of the allocation for Period A-133.

5.8 Supply Share

- 5.8.1 Five percent of the growth in allocation (over base portion) is calculated using supply share distribution factors.
- 5.8.2 Supply share is calculated as the province’s base share of the national base for the period being set divided by the province’s population share of the national population using the most recent available quarterly provincial population estimate (Statistics Canada, CANSIM Table 051-0005 and Quarterly Demographic Estimates 91-002-X). Only provinces that have a supply share threshold of less than 90% will receive a share of the kilograms available under this component. The distribution will be calculated on each qualifying province’s base share of the total bases of all qualifying provinces.
- 5.8.3 In periods in which both Ontario and Alberta qualify to receive a share of this component, their shares will be combined, and 70% of the combined share will be distributed to Alberta and 30% to Ontario.
- 5.8.4 In periods in which no province qualifies to receive a share of this component, the kilograms will be distributed on the basis of the provincial shares of the national base allocation.

- 5.8.5 Using Period A-127 as an example, the supply share component is calculated on the provincial base shares of the national base for Period A-127 divided by the provincial population share of the national population from the Q1 2014 provincial population estimates.

Supply Share Component (Quarterly Population Estimates, Statistics Canada, CANSIM Table 051-0005)											
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NL	CANADA
A-127 Adjusted Base	21,286,650	13,811,648	5,317,246	6,224,257	49,679,985	40,467,374	4,277,281	5,346,840	580,780	2,091,310	149,083,371
Market Share	14.278%	9.264%	3.567%	4.175%	33.324%	27.144%	2.869%	3.586%	0.390%	1.403%	100%
Population January 1 2014	4,609,946	4,082,571	1,117,503	1,272,062	13,598,676	8,179,712	755,464	940,592	145,211	526,896	35,228,633
Population Share	13.086%	11.589%	3.172%	3.611%	38.601%	23.219%	2.144%	2.670%	0.412%	1.496%	100%
Supply Share	109.113%	79.943%	112.436%	115.623%	86.328%	116.905%	133.789%	134.327%	94.510%	93.791%	100%
Distribution Factor	0%	70%	0%	0%	30%	0%	0%	0%	0%	0%	100%

6. Discrete supply allocations for Ontario and related provincial growth reductions

- 6.1 In addition to the differential growth formula, allocations commencing in Period A-127 will include a discrete supply allocation to Ontario on a periodic basis under which Ontario will receive the compounded equivalent of 14,184,786 kgs over 66 periods.
- 6.2 The volume of the discrete supply allocation will take into account the compounding effect from previously allocated discrete supply volumes.
- 6.3 For Period A-127 the Ontario allocation will increase by 164,783 kgs, and for Periods A-128 to A-132, the Ontario allocation will increase by 200,000 kgs in each period.
- 6.4 After each block of six periods, CFC will recalculate the periodic amount to be distributed to Ontario necessary to deliver the compounded equivalent of 14,184,786 kgs at the end of 66 periods.
- 6.5 The discrete supply to Ontario will not apply in periods where the national allocation is set at base or below base. Furthermore, if the distribution of the full discrete supply to Ontario reduces any province's allocation to a domestic allocation below its base for the period, the discrete supply volume to Ontario will be adjusted to a volume that ensures that all provinces receive an allocation not less than their base allocation for that period.
- 6.6 The discrete supply for Ontario will come from compounded equivalent reductions in allocations over 66 periods for the provinces other than Ontario and Alberta of: 4,645,018 kg for British Columbia, 2,447,375 kg for Saskatchewan and Manitoba combined, 4,645,018 kg for Québec, and 2,447,375 for New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island and Newfoundland and Labrador combined. Provincial sharing of these growth reductions in Saskatchewan/Manitoba and the Atlantic provinces will be calculated on the basis of provincial shares of their combined base allocations for the period unless the provinces concerned agree on another method of calculation.
- 6.7 On a periodic basis, CFC will calculate growth resulting from the application of the differential growth formula. The discrete supply for Ontario for the period as calculated in sections 6.2 to 6.5 will then be added to the allocation for Ontario and the allocations for the provinces other than Ontario and Alberta will be reduced by an amount equivalent to their share of the discrete supply as calculated in section 6.6.

7. Incorporating updated data

- 7.1 The data used in the calculation of the 8 differential growth components will be updated on a regular and ongoing basis following Statistics Canada's update and release schedule and CFC's audit schedule.
- 7.2 For each allocation period, the differential growth components, and the data used to calculate those components will be limited to the latest data that is available at least 26 weeks in advance of the period for which the allocation is being set.
- 7.3 CFC will provide provincial chicken boards (and other stakeholders)] with the data to be used for each period prior to setting the Anticipated Growth Rate (AGR) for the period in question, i.e. approximately 22 weeks prior to the start of the period.

8. Directors' responsibility

- 8.1 It is understood that, while being guided by this MOU, CFC Directors retain ultimate discretion in the making of an allocation decision. Thus, Directors retain discretion to diverge from the results indicated by this MOU if the data and/or calculations yield a distribution result that is unreasonable, or not conducive with fulfilling CFC's statutory objects, particularly in the case of a force majeure event that causes the national allocation to increase or decrease extraordinarily.



Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board



Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board



Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers



Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

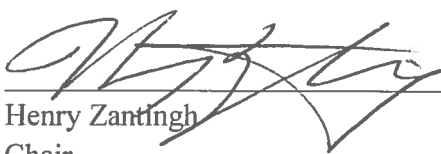
Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers



Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Président
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Présidente
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Présidente
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Président
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Président
Chicken Farmers of Ontario



Pierre-Luc Leblanc
Président
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Président
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Président
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Présidente
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Président
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Président
Les Producteurs de poulet du Canada

Robin Smith
Président
British Columbia Chicken Marketing Board

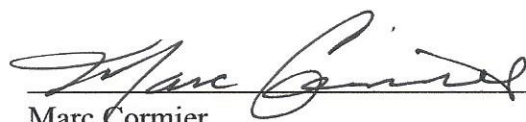
Erna Ference
Présidente
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Présidente
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Président
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Président
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Président
Les Éleveurs de volailles du Québec


Marc Cormier
Président
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Président
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Présidente
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Président
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Président
Les Producteurs de poulet du Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

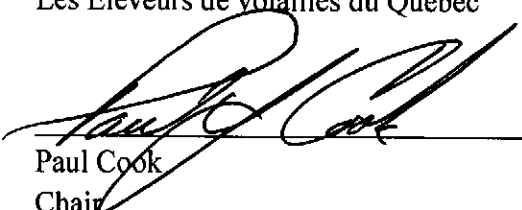
Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick


Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

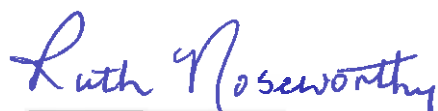
Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia



Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador



Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island

David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada

Robin Smith
Chair
British Columbia Chicken Marketing Board

Erna Ference
Chair
Alberta Chicken Producers

Diane Pastoor
Chair
Chicken Farmers of Saskatchewan

Jake Wiebe
Chair
Manitoba Chicken Producers

Henry Zantingh
Chair
Chicken Farmers of Ontario

Pierre-Luc Leblanc
Chair
Les Éleveurs de volailles du Québec

Marc Cormier
Chair
Chicken Farmers of New Brunswick

Paul Cook
Chair
Chicken Farmers of Nova Scotia

Ruth Noseworthy
Chair
Chicken Farmers of Newfoundland and
Labrador

Dean Good
Chair
Chicken Farmers of Prince Edward Island



David Janzen
Chair
Chicken Farmers of Canada



MEMORANDUM

TO: CFC Directors

FROM: CFC Chairman

DATE: August 16, 2013

SUBJECT: Differential Growth – one-year agreement and long term agreement development

.....

Issue:

After we set the allocation for A-120 in July, I advised you that this would be the last allocation that CFC Directors would set without outside interference. I also advised you that we had expended all the time allotted to try and find a long term solution to differential growth. No agreement in advance of setting the allocation for A-121 on September 4 will put the national chicken supply management system at risk; as Chair of CFC, I am not prepared to allow CFC members to play brinksmanship with our system.

Background:

Over the past year, FPCC has made it clear that that it will not prior approve allocations for periods A-121 and beyond that do not take into consideration comparative advantage. FPCC has stated clearly that if CFC does not have an allocation methodology in place, FPCC will step in and impose its own methodology. There is a significant risk that FPCC's comparative model will become entrenched and severely curtail CFC's options for a long term agreement.

After lengthy discussions at the July board meeting in both the Open and Directors Only meetings, it was clear that there is not sufficient consensus, nor time, to conclude a long term differential growth solution before setting the allocation for A-121 on September 4, 2013.

In light of this fact, the Directors Only discussion turned to one of discussing a temporary 6-period allocation agreement. The objective of this agreement is to ensure that a stable allocation environment is in place, which will provide the necessary time for CFC and provincial boards to engage in a process, likely led by an external facilitator, to conclude a long term agreement.

The stark reality is that there is not sufficient time between the July and September board meetings for CFC and provincial boards to negotiate such a temporary agreement. As a result, as Chair of CFC, I have taken the prerogative of working with CFC staff to establish a temporary agreement. While we have attempted to capture the concerns raised at the Directors meeting, I do not expect that this temporary agreement will meet with the full satisfaction of all CFC members. However, I do believe that this six-period agreement is absolutely necessary to preserve our national supply management system and essential to the future sustainability of our Industry.

Considerations:

CFC Directors have dedicated an enormous amount of time over the past several years on the issue of differential growth. CFC Directors have considered various proposals, but to date no agreement has been reached. It is unrealistic to expect CFC Directors to be able to agree on either a temporary or a long term agreement before September 4.

For this reason, I am advocating a two-pronged approach. The first prong is a temporary agreement for periods A-121 to A-126. I want to make it clear that the agreement is not up for debate. There is simply no time. We are at the point of a “take it or leave it” decision. I understand that every single province can make valid arguments as to why the temporary agreement is not equitable, but I want Directors to look beyond the relative impact and focus on the fact that the changes over 6 periods are minimal and every province will grow in the coming year.

I am asking all CFC Directors to take off their member organization hats and put on their CFC hats. The bottom line is that CFC needs to provide stability to farmers and the industry. This temporary agreement will provide that stability; and it will not compromise the ability for any province to advance their points of view for a long term agreement.

The second prong is the development of a long term agreement. With a temporary agreement in place, Directors will have a little less than one year to develop a long term agreement for periods A-127 and beyond. On September 3, CFC Directors will need to determine the process to develop a long term agreement.

1. Temporary six-period agreement

The growth (over base) portion of the domestic allocation will be distributed using a formula that consists of five components. The five components and the weighting for each component are:

- Pro-rata – 60%
- GDP growth – 10%
- Population growth – 10%

- CPI - 10%
- Quota utilization – 10%

The following describes and explains the calculations and application for each component. All of the calculations will remain constant for the duration of the six-period agreement. The numbers included are based on actual data; they are not projections.

1.1. Pro-rata

The application of the pro-rata component is straightforward. 60% of the growth in allocation (over base portion) is distributed to provinces using the provincial shares of the base allocation for the A-121 to A-126 block of periods. The pro-rata provincial shares are as follows:

	Prorata										
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	CANADA
A121-A126 Base	133,926,053	84,484,909	32,991,532	38,826,352	305,297,852	248,755,725	26,315,503	32,881,971	3,460,817	12,908,610	919,849,324
Pro-rata share Part de prorata	14.560%	9.185%	3.587%	4.221%	33.190%	27.043%	2.861%	3.575%	0.376%	1.403%	100.000%

1.2. GDP growth

The application of the GDP growth component uses the average growth in GDP in the last three years (2010-2012), and distributes 10% of the growth in allocation to provinces using the provincial shares of the base allocation for the A-121 to A-126 block of periods based on CFC's standardized score for the GDP growth component. The provincial shares for the GDP growth component remain constant for the duration of the six-period agreement. The GDP growth shares and the calculations that determine the provincial shares are as follows:

CANSIM 379-0030 GDP / PIB (\$Million)	Economy / Économie										
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	CANADA
2009	178,394.2	242,456.2	49,530.2	47,453.7	537,823.1	288,310.7	25,902.0	31,611.4	4,275.4	24,928.3	1,430,685
2010	183,657.6	252,884.1	51,742.7	48,689.2	556,862.6	295,398.4	26,769.6	32,277.3	4,393.9	26,520.9	1,479,196
2011	188,474.8	266,388.7	54,320.2	49,542.1	566,741.4	300,274.7	26,825.5	32,455.7	4,467.9	27,270.6	1,516,762
2012	191,748.8	276,908.2	55,509.3	50,856.6	574,468.7	303,321.6	26,659.1	32,504.7	4,522.9	25,973.3	1,542,473
Growth / Croissance											
2010	2.950%	4.301%	4.467%	2.604%	3.540%	2.458%	3.350%	2.107%	2.772%	6.389%	3.391%
2011	2.623%	5.340%	4.981%	1.752%	1.774%	1.651%	0.209%	0.553%	1.684%	2.827%	2.540%
2012	1.737%	3.949%	2.189%	2.653%	1.363%	1.015%	-0.620%	0.151%	1.231%	-4.757%	1.695%
2010-12 Ave/Moy	2.437%	4.530%	3.879%	2.336%	2.226%	1.708%	0.979%	0.937%	1.896%	1.486%	2.542%
A121-A126 M.S. / p de m	14.560%	9.185%	3.587%	4.221%	33.190%	27.043%	2.861%	3.575%	0.376%	1.403%	100.000%
Standardized Score	0.00355	0.00416	0.00139	0.00099	0.00739	0.00462	0.00028	0.00033	0.00007	0.00021	0.02299
GDP share Part de PIB	15.434%	18.100%	6.052%	4.290%	32.138%	20.093%	1.219%	1.457%	0.310%	0.907%	100.000%

1.3. Population growth

The application of the Population growth component uses population growth for the current year versus previous year as measured by Statistics Canada quarterly population estimates for April 1, 2013, and April 1, 2012 and distributes 10% of the growth in allocation to provinces on a regional basis. Regions receive kilograms according to the region's share of the sum of all provinces' growth in population. Only regions that had an increase in population during the April 1, 2012 to April 1, 2013 timeframe share in the kilograms available under this component. For the Western region, the agreement uses the share of growth in population within Western Canada to calculate provincial shares. For Central Canada, the agreement uses the A-121 to A-126 domestic market shares of Ontario (55%) and Québec (45%). The Atlantic region does not receive any kilograms because the region experienced a decrease in population. The population growth shares and the calculations that determine the regional shares are as follows:

CANSIM 051-0005	Population			
Population	West	Central	East	CANADA
2012 - Q2	10,787,568	21,491,380	2,361,891	34,640,839
2013 - Q2	10,986,562	21,682,805	2,358,385	35,027,752
Growth / Croissance				
2013 - Q2	198,994	191,425	-3,506	390,419
Share of Population	50.969%	49.031%	0.000%	100.000%
Part de population				

1.4. Consumer Price Index (CPI)

The application of the CPI component uses the change in current 12 month simple average for the "all items" category of the CPI versus the 12 month, year ago, simple average for the "all items" category of the CPI as measured by Statistics Canada. The agreement distributes 10% of the growth in allocation using the provincial shares of the base allocation for the A-121 to A-126 block of periods based on CFC's standardized score for the CPI component. In this application, a lower CPI growth rate is positive. Therefore, the province with the highest CPI growth rate is used as the benchmark, or starting point, to which all other provinces are rated. The CPI shares and the calculations that determine the provincial shares are as follows:

CANSIM 326-0020	Consumer Price Index / Indice des prix de la consommation										
CPI / IPC	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	CANADA
7/11 to 6/12 Average	117.4	126.6	123.1	119.3	121.2	119.7	121.4	124.2	124.5	123.0	121.0
7/12 to 6/13 Average	117.8	127.9	124.7	121.5	122.3	121.3	122.3	125.8	126.5	124.8	122.2
Growth / Croissance											
June-2013	0.298%	1.001%	1.265%	1.802%	0.832%	1.295%	0.762%	1.302%	1.614%	1.518%	0.957%
Benchmark	Province with highest growth rate [(MB + 1%) = 2.802%] Province avec le taux de croissance le plus élevé										
Calculation (2.802% - Province)	2.504%	1.801%	1.536%	1.000%	1.970%	1.507%	2.040%	1.500%	1.188%	1.283%	
A121-A126 M.S. / p de m	14.560%	9.185%	3.587%	4.221%	33.190%	27.043%	2.861%	3.575%	0.376%	1.403%	100.000%
Standardized Score	0.00365	0.00165	0.00055	0.00042	0.00654	0.00407	0.00058	0.00054	0.00004	0.00018	0.01823
CPI share											
Part de IPC	19.995%	9.074%	3.022%	2.315%	35.866%	22.352%	3.201%	2.941%	0.245%	0.988%	100.000%

1.5. Quota Utilization

The application of the Quota utilization component uses the standard deviation of quota utilization in periods A-102 to A-113 (12 periods) and distributes 10% of the growth in allocation amongst the provinces using the provincial shares of the base allocation for the A-121 to A-126 block of periods based on CFC's standardized score for the quota utilization component. The quota utilization shares and the calculations that determine the provincial shares are as follows:

	Quota Utilization / Utilisation de contingent										
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	
A-113	101.579%	100.178%	100.292%	100.468%	99.981%	101.724%	105.407%	103.385%	100.994%	105.830%	
A-112	99.910%	95.714%	96.986%	101.037%	95.698%	96.816%	97.149%	97.095%	101.581%	94.579%	
A-111	102.566%	98.804%	97.211%	100.853%	97.059%	98.531%	99.538%	94.839%	98.861%	99.067%	
A-110	100.308%	99.708%	100.097%	100.786%	99.465%	99.265%	100.399%	106.414%	101.263%	101.849%	
A-109	101.065%	100.181%	99.995%	98.474%	98.055%	100.459%	97.031%	98.990%	96.698%	101.527%	
A-108	101.333%	102.515%	102.764%	101.832%	100.538%	99.199%	107.143%	104.474%	102.319%	95.117%	
A-107	100.258%	100.429%	101.423%	104.979%	104.123%	101.028%	104.019%	105.938%	102.720%	102.203%	
A-106	101.296%	99.711%	98.556%	100.198%	100.558%	100.268%	102.732%	99.084%	105.290%	96.361%	
A-105	99.305%	97.899%	95.076%	98.062%	97.685%	99.087%	102.304%	96.717%	98.116%	97.743%	
A-104	100.525%	100.105%	100.055%	99.063%	100.048%	100.564%	100.377%	103.311%	101.436%	99.873%	
A-103	98.662%	100.165%	100.409%	100.124%	101.288%	100.459%	101.061%	99.579%	99.608%	103.130%	
A-102	102.118%	98.361%	103.042%	98.260%	100.356%	100.009%	101.781%	100.654%	98.042%	96.974%	
	(Period - 1)^2 / (Période - 1)^2										
A-113	0.000249	0.000003	0.000009	0.000022	0.000000	0.000297	0.002924	0.001146	0.000099	0.003398	
A-112	0.000001	0.001837	0.000909	0.000108	0.001851	0.001014	0.000813	0.000844	0.000250	0.002939	
A-111	0.000658	0.000143	0.000778	0.000073	0.000865	0.000216	0.000021	0.002664	0.000130	0.000087	
A-110	0.000009	0.000009	0.000001	0.000062	0.000029	0.000054	0.000016	0.004113	0.000159	0.000342	
A-109	0.000113	0.000003	0.000000	0.000233	0.000378	0.000021	0.000882	0.000102	0.001090	0.000233	
A-108	0.000178	0.000633	0.000764	0.000336	0.000029	0.000064	0.005103	0.002002	0.000538	0.002385	
A-107	0.000007	0.000018	0.000203	0.002479	0.001700	0.000106	0.001615	0.003526	0.000740	0.000486	
A-106	0.000168	0.000008	0.000208	0.000004	0.000031	0.000007	0.000746	0.000084	0.002798	0.001325	
A-105	0.000048	0.000441	0.002424	0.000375	0.000536	0.000083	0.000531	0.001078	0.000355	0.000509	
A-104	0.000028	0.000001	0.000000	0.000088	0.000000	0.000032	0.000014	0.001096	0.000206	0.000002	
A-103	0.000179	0.000003	0.000017	0.000002	0.000166	0.000021	0.000113	0.000018	0.000015	0.000980	
A-102	0.000448	0.000269	0.000925	0.000303	0.000013	0.000000	0.000317	0.000043	0.000384	0.000916	
	Standard Deviation = (Sum / 11)^{1/2} / (Totale / 11)^{1/2} = Écart-type										
	0.013775	0.017499	0.023812	0.019267	0.022559	0.013196	0.034502	0.038982	0.024799	0.035163	
	1 - Standard Deviation / 1- Écart-type										
	0.986225	0.982501	0.976188	0.980733	0.977441	0.986804	0.965498	0.961018	0.975201	0.964837	
	A121-A126 Market Shares / A121-A126 Part de marché										
	14.560%	9.185%	3.587%	4.221%	33.190%	27.043%	2.861%	3.575%	0.376%	1.403%	
	Standardized Score										CANADA
	0.143590	0.090239	0.035012	0.041396	0.324413	0.266862	0.027621	0.034354	0.003669	0.013540	0.980697
	Share of Quota Utilization / Part d'utilisation de contingent										
	14.642%	9.202%	3.570%	4.221%	33.080%	27.212%	2.817%	3.503%	0.374%	1.381%	100.000%

1.6. Summary and results

As the objective of the 6-period temporary agreement is to provide stability while a long term agreement is negotiated, it is important that the temporary agreement does not overly advantage or disadvantage any single province. On this basis, we have applied guard rails to ensure that no province will see a relative increase in their own market share of more than 0.4%, nor a relative decrease of more than 0.2%. The only provinces affected by the guard rails are AB, SK, NS and NL.

Based on a growth rate of 1.5% over base for periods A-121 to A-126, the total growth over the domestic allocations in periods A-115 to A-120 will be 10,871,673 kilograms. The number of kilograms distributed to each province and the resulting market shares are shown in the following table. Please note that every single province will increase its production.

KG - EVIS	Summary at 1.5% Above Base / Sommaire à 1,5% au-dessus de la base										
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	CANADA
Growth via Formula Croissance via la formule	1,489,204	1,342,637	399,631	406,502	3,678,316	2,804,567	262,692	321,868	39,918	126,338	10,871,673
A121 -A126 Domestic Market Shares Part de marché domestique A121 - A126	14.563%	9.229%	3.591%	4.218%	33.183%	27.019%	2.855%	3.567%	0.375%	1.400%	100%

As stated at the outset, all of the calculations will remain constant for the duration of the six-period agreement. This means that the provincial allocations for A-121 to A-126, will be set on the basis of the market shares in the table directly above. This will facilitate the efficient calculation of provincial allocations at varying national growth rates as determined by CFC Directors each period.

As a point of reference only, the following table shows the net difference in provincial allocations over the domestic allocations for periods A-115 to A-120 using the temporary agreement formula versus setting allocations pro rata over the 6 periods at 1.5% growth.

KG - EVIS	Summary at 1.5% Above Base / Sommaire à 1,5% au-dessus de la base										
	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NB	NS	PE	NF	CANADA
Total Domestic Production via Formula	135,966,580	86,166,019	33,527,667	39,376,740	309,813,036	252,259,361	26,652,183	33,307,183	3,504,791	13,073,504	933,647,063
Production domestique totale via formule											
Total Domestic Production via Pro-rata	136,061,720	85,822,728	33,518,334	39,429,366	309,741,444	252,393,744	26,700,399	33,373,931	3,505,694	13,099,703	933,647,064
Production domestique totale via prorata											
Difference	-95,141	343,291	9,333	-52,626	71,592	-134,383	-48,216	-66,748	-904	-26,199	0

2. Long term solution

As already mentioned, this document does not offer any specifics as to what a long term solution may look like. First and foremost, CFC Directors need to determine the process to be followed to develop and agree to a long term agreement.

Several CFC member organizations have suggested that we should engage a 3rd party (mediator / facilitator) to lead the development and finalization of a long term agreement that is acceptable to all parties. An independent facilitator could provide a neutral environment and “pressure” the parties to resolve their differences over a series of meetings or alternative processes.

There have been suggestions that a facilitated process amongst 10 parties is unwieldy and that the discussions should be, at least initially, limited to the four largest provinces (ON, QC, BC, AB) as they represent about 85% of production.

Should CFC Directors decide to pursue an externally-facilitated process, they need to set a clear plan and strategy for identifying:

- who the right third-party mediator/facilitator is
 - the type of 3rd party employed must meet the intended outcomes of the process
- what the right approach is
 - one-on-one and/or group meetings
- who the participants are
 - all provinces and/or largest four provinces
 - timelines
- what resources are required
 - financial and human
 - analytic work
 - legal work

CFC Directors will be meeting during the evening of September 3. The objective of this meeting is twofold:

- confirm the temporary agreement; and
- have a full discussion and agree on a one-year process (internal or externally-facilitated) to develop and conclude a long term agreement.

The CFC Executive Committee will be meeting Laurent Pellerin on August 22. The objective of the meeting is to gain FPCC support for the temporary agreement and the process to develop and conclude a long term agreement. CFC will seek FPCC agreement to prior approve CFC allocations for A-121 to A-126 that are set on the basis of the temporary agreement outlined above.

Recommendation:

The CFC Chair recommends that CFC Directors confirm the temporary agreement for A-121 to A-126.

The CFC Chair recommends that CFC Directors consider and agree to a one-year process to develop and conclude a long term allocation agreement.



CFC MARKET DEVELOPMENT POLICY

Adoption May 16, 2007
Amended February 2, 2016

1. OBJECTIVES

- 1.1 To provide a national framework administered by the Chicken Farmers of Canada (hereafter CFC) within which provincial commodity boards can develop and manage their provincial Market Development programs to benefit Canadian chicken producers.
- 1.2 To facilitate the planned use of chicken and chicken products in a manner which does not disrupt the Canadian domestic market, and is consistent with Canada's international trade rights and obligations.

2. DEFINITIONS

"chicken" means chicken and any part of a chicken, live or in processed form, produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade.

"dry weight" means the weight of the meat muscle in the product.

"licence" means a document issued by CFC to a person certifying that the person is a licensee or licence holder.

"market development commitment form" means the form set out in Schedule 1 of the *Canadian Chicken Licensing Regulations*.

"market development commitment period" means the period that spans the following three periods:

- a) the period referred to in section 1 of the market development commitment form;
- b) the period referred to in the schedule to the

POLITIQUE D'EXPANSION DU MARCHÉ DES PPC

Adopté le 16 mai 2007
Modifié le 2 février 2016

1. OBJECTIFS

- 1.1 Fournir un cadre national administré par les Producteurs de poulet du Canada (ci-après nommés les PPC) dans lequel les offices provinciaux de commercialisation peuvent développer et gérer leur propre programme d'expansion du marché dans l'intérêt des producteurs de poulet canadiens.
- 1.2 Faciliter la planification de l'utilisation du poulet et des produits à base de poulet afin de ne pas nuire au marché national du Canada et d'être conforme aux droits et obligations du Canada en matière de commerce international.

2. DÉFINITIONS

« Poulet » Poulet ou à toute partie de celui-ci, vivant ou sous forme transformée, qui est produit au Canada et commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation.

« Poids sec » : le poids de la viande dans le produit.

« permis » : soit un document émis par les PPC à une personne et attestant qu'elle est détentricrice d'un permis;

« formulaire d'engagement pour l'expansion du marché » : Le formulaire établi à l'annexe 1 du le *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada*.

« période d'engagement pour l'expansion du marché » Période qui s'étend sur les trois périodes suivantes :

- a) la période visée à l'article 1 du formulaire d'engagement pour l'expansion du marché;
- b) la période visée à l'annexe du *Règlement canadien*

Canadian Chicken Marketing Quota Regulations that immediately precedes the period referred to in paragraph (a); and

- c) the period referred to in the schedule to the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations* that immediately follows the period referred to in paragraph (a).

“market development quota” means a form of quota allocation for allotment to producers by a Provincial Commodity Board pursuant to a provincial market development program that is in accordance with a market development policy developed by CFC.

“mature chicken” means a mature female bird of the species *Gallus domesticus* that does not have flexible cartilage at the posterior end of the breast or keel bone, tender meat or soft skin of smooth texture.

“primary processor” means a processor who slaughters chicken that was produced and marketed under a federal market development quota issued under the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations*.

“registered production facilities” means production facilities that are registered under the laws of the province in which they are situated.

“spent fowl” means laying hens at end of egg production or breeders at end of breeding production.

“targeted quota allocation period” means the period referred to in section 1 of the market development commitment form.

3. GENERAL

- 3.1 The authority to establish a national Market Development Policy is consistent with CFC’s mandate to regulate the production of chicken for interprovincial and export markets.

sur le contingentement de la commercialisation des poulets qui précède immédiatement la période visée à l’alinéa a); et

- c) la période visée à l’annexe du *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets* qui suit immédiatement la période visée à l’alinéa a).

« contingent d’expansion du marché » : Forme d’allocation de contingents attribués aux producteurs par un office de commercialisation provincial en vertu d’un programme provincial d’expansion du marché et conformément à la politique d’expansion du marché élaborée par les PPC.

« poulet adulte » : volaille femelle adulte de l’espèce *Gallus domesticus* dont l’extrémité postérieure cartilagineuse du bréchet n’est pas flexible, dont la chair n’est pas tendre et dont la peau n’est ni souple ni de texture lisse.

« transformateur primaire » : Transformateur qui abat les poulets produits et commercialisés au titre d’un contingent fédéral d’expansion du marché alloué en vertu du *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets*.

« installations de production agréées » : Installation de production agréées en vertu des lois de la province où elles sont situées.

« volaille de réforme » : Les pondeuses ayant atteint la fin du cycle de production d’œufs ou les volailles de reproduction en fin du cycle de reproduction.

« période d’allocation du contingent visée » Période visée à l’article 1 du formulaire d’engagement pour l’expansion du marché.

3. GÉNÉRALITÉS

- 3.1 Le pouvoir d’établir une politique d’expansion du marché est conforme au mandat des PPC de réglementer la production du poulet sur les marchés interprovincial et d’exportation.

3.2	CFC's authority over processed chicken derives from the <i>Proclamation</i> which vests CFC with authority over chicken, as well as section 2 of the <i>Farm Products Agencies Act</i>	3.2	Le pouvoir des PPC de réglementation de la commercialisation des produits transformés de poulet lui est conféré en vertu des dispositions de la <i>Proclamation</i> qui autorisent les PPC à réglementer le poulet, ainsi que des dispositions de la <i>Loi sur les offices des produits agricoles</i> qui stipulent que les produits agricoles incluent les produits transformés.
3.3	The authority to establish licensing controls is traceable particularly to section 12(1) of the <i>Proclamation</i> which authorizes CFC to establish a system for the licensing of persons engaged in the marketing of chicken in interprovincial or export trade. Each provincial commodity board has parallel licensing authority in respect of the marketing of chicken within the province.	3.3	Le pouvoir d'établir des contrôles d'octroi des permis relève notamment de l'article 12(1) de la <i>Proclamation</i> qui permet aux PPC d'établir un système d'octroi de permis aux personnes qui se livrent à la commercialisation du poulet dans le commerce interprovincial et d'exportation. Chaque office de commercialisation provincial possède un pouvoir d'octroi de permis semblable en ce qui concerne la commercialisation du poulet à l'intérieur de la province.
3.4	The levy-making power of CFC and each provincial commodity board together extends to imposing levies or charges on persons engaged in the marketing of chicken in intraprovincial, interprovincial and export trade, and the classification of such persons into groups.	3.4	Le pouvoir d'imposition des redevances des PPC et de chaque office de commercialisation provincial s'étend ensemble à l'imposition de redevances ou de frais aux personnes qui se livrent à la commercialisation du poulet dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation, de même qu'à la classification de ces personnes en groupes.
3.5	The CFC Market Development Policy is also consistent with the commitment of the provincial commodity boards to limit production to the provincial allocation received from CFC.	3.5	La politique d'expansion du marché des PPC est aussi conforme à l'engagement des offices de commercialisation provinciaux de limiter la production à l'allocation provinciale reçue des PPC.
3.6	Market Development production may be marketed in intraprovincial, interprovincial or export trade.	3.6	Les produits de poulet seront mis en marché dans le commerce intraprovincial, interprovincial ou d'exportation.
3.7	This policy will enter into force commencing January 1, 2002 and may be amended from time to time.	3.7	La présente politique entrera en vigueur à compter du 1 ^{er} janvier 2002 et pourra être modifiée de temps à autre.
3.8	While provincial Market Development programs may vary, all provincial programs and related regulations are to conform to the CFC Market Development Policy and related regulations upon entry into force of the latter. All provincial programs and related regulations implemented after the entry into force of the CFC Market Development Policy are to conform to the CFC Market Development Policy and related regulations at the time of their entry into force. On an annual basis, CFC will review all of the provincial market development policies in place to ensure that they conform to CFC's Policy and, if needed, will coordinate the changes required.	3.8	Bien que les programmes provinciaux d'expansion du marché puissent varier, tous les programmes provinciaux et les règlements connexes doivent être conformes à la politique d'expansion du marché des PPC, et ce, dès son entrée en vigueur. Tous les programmes provinciaux et les règlements connexes appliqués après l'entrée en vigueur de la politique d'expansion du marché des PPC doivent être conformes à cette dernière au moment de leur entrée en vigueur. Chaque année, les PPC réviseront toutes les politiques provinciales d'expansion du marché pour s'assurer qu'elles se conforment à la politique des PPC et, au besoin, coordonner les changements nécessaires.

3.9	This policy is designed to be consistent with Canada's international trade rights and obligations. It is understood that this policy may require revision as these rights and obligations are amended or changed.	3.9	La présente politique est conçue conformément aux droits et obligations du Canada en matière de commerce international. Il est entendu que cette politique peut être révisée à la suite de la modification de ces droits et obligations.
3.10	This policy shall remain in force until otherwise amended or revoked.	3.10	La présente politique demeurera en vigueur jusqu'à ce qu'elle soit modifiée ou annulée
4.	RESPONSIBILITIES OF PROVINCIAL COMMODITY BOARDS	4.	RESPONSABILITÉS DES OFFICES DE COMMERCIALISATION PROVINCIAUX
4.1	The responsibilities of each provincial commodity board will be to:	4.1	La responsabilité de chaque office de commercialisation provinciale sera :
4.1.a	(i) implement a program, if they so choose, and follow the provisions of the CFC Market Development Policy, the <i>Canadian Chicken Licensing Regulations</i> , the <i>Canadian Chicken Marketing Quota Regulations</i> and the <i>Canadian Chicken Marketing Levies Order</i> , and	4.1.a	(i) de mettre en oeuvre un programme, s'il le désire, et qui se conforme à la politique d'expansion du marché des PPC, au <i>Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada</i> , au <i>Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets</i> et à l' <i>Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des poulets au Canada</i> ; et
	(ii) ensure that a system is in place at the provincial level to determine the exact amount of product which has been produced under the Market Development Policy;		(ii) de s'assurer qu'un système est en place à l'échelle provinciale afin de déterminer le niveau exact de production dans le cadre de la politique d'expansion du marché;
4.1.b	ensure that Market Development production is only undertaken by regulated chicken producers;	4.1.b	de veiller à ce que la production destinée à l'expansion du marché soit uniquement assumée par les producteurs réglementés de poulet;
4.1.c	ensure that Market Development production is only marketed to a federally inspected primary processor holding a valid market development licence;	4.1.c	de veiller à ce que la production destinée à l'expansion du marché soit seulement vendue à un transformateur primaire soumis à l'inspection fédérale et détenant un permis d'exportation en règle;
4.1.d	monitor chicken marketings to ensure that chicken produced and marketed under a market development program is marketed by the processor in a manner and for an end-use consistent with this Policy;	4.1.d	de surveiller les mises en marché du poulet afin que le poulet, produit et commercialisé en vertu d'un programme d'expansion du marché, soit mis en marché par le transformateur, et ce, conformément à la présente politique et en vue d'une utilisation finale respectant la présente politique;
4.1.e	ensure that the allotment of Market Development quota does not exceed the number of kilograms, expressed in live weight, set out in column 3 of the schedule to the <i>Canadian Chicken Marketing Quota Regulations</i> in respect of the province for the quota allocation period concerned.	4.1.e	de s'assurer que le contingent d'expansion du marché ne dépasse pas le nombre de kilogrammes, exprimé en poids vif, établi dans la colonne 3 du tableau du <i>Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets</i> pour la province et pour la période d'allocation concernée.

- | | |
|--|---|
| <p>4.1.f maintain good communication with CFC during all stages of the development of its Market Development program;</p> <p>4.1.g ensure a high level of transparency in the application of its Market Development program;</p> <p>4.1.h ensure that its Market Development program is consistent with Canada's international trade rights and obligations; and</p> <p>4.1.i file its Market Development program and related regulations with CFC, and notify CFC of any changes.</p> | <p>4.1.f de maintenir une bonne communication avec les PPC durant toutes les étapes de l'élaboration de son programme d'expansion du marché;</p> <p>4.1.g d'assurer un niveau élevé de transparence dans l'application de son programme d'expansion du marché;</p> <p>4.1.h de s'assurer que son programme d'expansion du marché est conforme aux droits et obligations du Canada en matière de commerce international;</p> <p>4.1.i de présenter son programme d'expansion du marché et ses règlements connexes aux PPC et de leur faire part de toute modification à ceux-ci.</p> |
|--|---|

5. RESPONSIBILITIES OF CFC

- 5.1 The responsibilities of CFC are to:
- 5.1.a ensure the monitoring and auditing of all production under the CFC Market Development Policy, the *Canadian Chicken Licensing Regulations*, the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations* and the provincial Market Development programs;
- 5.1.b ensure that a system is in place at the provincial level to determine the exact amount of product, which has been produced for Market Development;
- 5.1.c monitor each province's Market Development program for compatibility of the provincial Market Development programs to the CFC's Market Development Policy; and
- 5.1.d identify and, as necessary, amend from time to time the end-uses of chicken eligible for market development quota pursuant to Article 6.1.d.

5. RESPONSABILITÉS DES PPC

- 5.1 Les responsabilités des PPC sont :
- 5.1.a d'assurer le suivi et la vérification de toute la production dans le cadre de la politique d'expansion du marché des PPC, du *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada.*, du *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets* et des programmes provinciaux d'expansion du marché;
- 5.1.b de s'assurer qu'un système est en place à l'échelle provinciale afin de déterminer le niveau exact de production destinée aux programmes d'expansion du marché;
- 5.1.c de surveiller le programme d'expansion du marché de chacune des provinces au sujet de la compatibilité des programmes provinciaux avec la politique d'expansion du marché des PPC; et
- 5.1.d d'établir les utilisations finales du poulet admissible au contingent d'expansion du marché, conformément à l'article 6.1.d., et de les modifier de temps à autre, au besoin.

6. RESPONSIBILITIES OF MARKET DEVELOPMENT LICENCE HOLDERS

- 6.1 As a condition of requesting and receiving Market Development quota product under a provincial Market Development program, the federally inspected primary processor will:
- 6.1.a hold a valid Market Development licence issued under the *Canadian Chicken Licensing Regulations* and as

6. RESPONSABILITÉS DES DÉTENTEURS DE PERMIS D'EXPANSION DU MARCHÉ

- 6.1 Comme condition à la demande et à la réception du contingent de produits aux fins d'expansion du marché dans le cadre d'un programme provincial d'expansion du marché, le transformateur primaire sujet à une inspection fédérale doit :
- 6.1.a détenir un permis d'expansion du marché en règle émis conformément au *Règlement sur l'octroi de permis*

required, hold a valid licence issued under equivalent provincial regulations;

6.1.b abide by the provisions contained in the CFC Market Development Policy, the *Canadian Chicken Licensing Regulations*, and the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations* or equivalent provincial regulations, as applicable, all as may be amended from time to time;

6.1.c only make a Market Development claim for chicken that was processed and marketed by the licence holder, including through arrangements permitted under Article 7.3, or product the licence holder has purchased, prior to the product being marketed, from another federally-inspected primary processor, and marketed by the licence holder, including through arrangements permitted under Article 7.3. Interprovincial purchases from another federally-inspected primary processor are limited to 50% of the licence holder's market development commitment; and

For the commitment periods A-137 to A-142, there is no limit on interprovincial purchases and licensees are permitted to purchase up to 100% to satisfy those commitments. For further detail, please refer to the CFC memo dated December 11, 2015.

6.1.d be responsible to ensure that market development quota product is marketed in intraprovincial, interprovincial or export trade including through arrangements permitted under Article 7.3. If marketed in intraprovincial or interprovincial trade, shall only be dark meat chicken products for sale to persons issued a Market Development Policy Volume Confirmation letter by the responsible Federal Department. This volume confirmation letter shall only be issued for eligible chicken products described in Canada's schedule of commitments under the Harmonized System of tariff codes in chapters 16, 19, 20 and 21.

visant les poulets du Canada ou à des règlements provinciaux équivalents, selon le cas; et, au besoin, détenir un permis émis en vertu d'un règlement provincial équivalent.

6.1.b respecter les dispositions contenues dans la politique d'expansion du marché des PPC, le *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada* et le *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets*, ou les règlements provinciaux équivalents, selon le cas; qui tous peuvent être modifiés de temps à autre.

6.1.c réclamer seulement que les produits visés par la politique d'expansion du marché, qui ont été transformés et exportés par le détenteur de permis, y compris les termes d'ententes autorisées à l'article 7.3 ou que les produits achetés antérieur à la commercialisation des produits, par le détenteur de permis à un autre transformateur faisant objet d'une inspection fédérale, et exportés par le détenteur de permis, y compris les termes d'ententes autorisées à l'article 7.3. Les achats interprovinciaux auprès d'un autre transformateur faisant l'objet d'une inspection fédérale sont limités à 50 % de l'engagement d'expansion du marché du détenteur de permis;

Pour les engagements des périodes A-137 à A-142, il n'y a aucune restriction à l'achat de produit à l'échelle interprovinciale et les titulaires de permis sont autorisés à acheter du produit jusqu'à 100% pour rencontrer ces engagements. Pour plus d'information, veuillez vous référer à la note de service des PPC du 11 décembre 2015.

6.1.d de s'assurer que les produits visés par le contingent d'expansion du marché sont commercialisés dans le commerce intraprovincial, interprovincial ou d'exportation. Les produits de poulet ne seront constitués que de viande brune et seront vendus aux personnes munies d'une lettre de confirmation de volume aux fins de la politique d'expansion du marché, émise par le ministère fédéral responsable. Cette lettre de confirmation de volume sera seulement émise dans le cas de produits à base de poulet admissibles, décrits dans l'annexe des engagements du Canada sous le Système harmonisé des codes de tarifs aux chapitres 16, 19, 20 et 21.

7. ALLOCATION OF MARKET DEVELOPMENT QUOTA PRODUCTION

- 7.1 In reporting its periodic market requirements to the CFC, each provincial commodity board will indicate the quantity of kilograms of production subject to market development quota required and the quantity of kilograms of production subject to federal and provincial quotas required for the quota allocation period. The CFC's periodic allocation to each provincial commodity board will be comprised of separate components including one for production subject to market development quota and one for production subject to federal and provincial quotas.
- 7.2 Market Development production is to be undertaken by regulated chicken producers, utilizing registered production facilities only. Producers participating in a Market Development program are to have the requisite registered production facilities available at the time of quota allotment.
- 7.3 Only federally inspected primary processors can request Market Development production from provincial commodity boards. Brokers, wholesalers, further processors and other parties are to make appropriate arrangements with primary processors for their Market Development requirements.
- 7.4 Provincial commodity boards will use the following specific procedures in administering their provincial Market Development programs:
- 7.4.a primary processors will request Market Development production product using the Market Development Commitment Form to the provincial commodity board according to a time frame determined by each provincial commodity board. In making their requests, primary processors will indicate the total live weight equivalent (in kilograms) of the chicken they plan to market under the Market Development program using the product coefficients specified in Article 7.5, as well as the approved end-use of the product as specified in Article 6.1.d;

7. ALLOCATION DU CONTINGENT DE PRODUCTION AUX FINS D'EXPANSION DU MARCHÉ

- 7.1 Lorsqu'il s'agit de transmettre ses besoins périodiques de marché aux PPC, chaque office de commercialisation provincial devra préciser la quantité de kilogrammes de production assujettie au contingent d'expansion du marché requise et la quantité de kilogrammes de production assujettie aux contingents fédéral et provincial requise pour l'allocation du contingent de la période. L'allocation périodique des PPC à chaque office de commercialisation provincial sera composée de deux composants distincts, un pour la production assujettie au contingent d'expansion du marché et un pour la production assujettie aux contingents fédéral et provincial.
- 7.2 La production aux fins d'expansion du marché relève des producteurs de poulet réglementés qui utilisent seulement des installations de production enregistrées. Les producteurs participant à un programme d'expansion du marché doivent, au moment de l'allocation du contingent, avoir accès aux installations de production enregistrées nécessaires.
- 7.3 Seuls les transformateurs primaires qui font l'objet d'une inspection fédérale peuvent demander la production aux fins d'expansion du marché auprès des offices de commercialisation provinciaux. Les courtiers, les grossistes, les sur transformateurs et les autres parties doivent prendre les mesures appropriées auprès des transformateurs primaires quant à leurs besoins d'expansion du marché.
- 7.4 Les offices de commercialisation provinciaux emploieront les procédures particulières suivantes lorsqu'il s'agit d'administrer leurs programmes provinciaux d'expansion du marché :
- 7.4.a les transformateurs primaires demanderont la production aux fins d'expansion du marché en présentant le formulaire d'engagement à l'expansion du marché à l'office de commercialisation provincial dans un délai établi par chacun des offices de commercialisation provinciaux. Au moment de passer leurs commandes, les transformateurs primaires préciseront le volume (en kilogrammes) en équivalence de poids vif de poulets qu'ils prévoient commercialiser dans le cadre du programme d'expansion du marché en appliquant les coefficients de chaque produit précisés dans l'article 7.5, de même que selon l'utilisation finale du produit approuvée, tel qu'il est indiqué dans l'article 6.1.d;

- | | |
|--|--|
| <p>7.4.b based on the total of all primary processor commitments, a provincial commodity board will determine the production quota necessary to meet the processors' commitments for the Market Development program using the product coefficients specified in Schedule 2 of the <i>Canadian Chicken Licensing Regulations</i>;</p> | <p>7.4.b selon le total des engagements de tous les transformateurs primaires, l'office de commercialisation provincial déterminera le contingent de production requis pour répondre aux engagements d'expansion du marché prévus des transformateurs, en appliquant les coefficients, conformément à l'annexe 2 du <i>Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada</i>;</p> |
| <p>7.4.c each provincial commodity board will forward all Market Development Commitment Forms to CFC no later than 7 calendar days prior to the day the national allocation is to be set;</p> | <p>7.4.c chaque office de commercialisation provincial devra faire parvenir aux PPC tous les formulaires d'engagement à l'expansion du marché au plus tard 7 jours civils avant l'établissement de l'allocation nationale;</p> |
| <p>7.4.d subject to a time frame determined by each provincial commodity board, a primary processor may reduce the amount of market development production requested provided the request is made prior to the start of the period specified in section 1 of the relevant Market Development Commitment Form by forwarding a revised Market Development Commitment Form to the provincial commodity board. The provincial commodity board in turn must forward the revised form to CFC prior to the start of the period specified in section 1 of the relevant Market Development Commitment Form;</p> | <p>7.4.d pouvant faire l'objet d'un échéancier fixé par chaque office de commercialisation provincial, un transformateur primaire peut réduire la quantité de production du marché d'expansion requise à condition que la demande en soit faite avant le début de la période précisée à l'article 1 du formulaire d'engagement pour l'expansion du marché en acheminant cette révision à l'office de commercialisation provincial. L'office de commercialisation provincial, en revanche, doit acheminer ce formulaire révisé aux PPC avant le début de la période précisée à l'article 1 du formulaire d'engagement pour l'expansion du marché pertinent;</p> |
| <p>7.4.e Market Development quota production is to occur in the targeted quota allocation period;</p> | <p>7.4.e le contingent de production aux fins d'expansion du marché doit être produit durant la période visée d'allocation de contingent;</p> |
| <p>7.4.f actual marketing of the market development product is to occur in the targeted allocation period, or in either of the periods immediately preceding or following. In order to meet this condition, the licensee must have received a copy of the Market Development Policy Volume Confirmation letter issued by the responsible Federal Department of the Certificate of Inspection Covering Meat Products issued by the responsible Federal Department in respect or the chicken during the market development commitment period.</p> | <p>7.4.f la commercialisation des produits aux fins d'expansion du marché doit avoir lieu durant la période d'allocation visée ou encore durant la période qui précède ou qui suit immédiatement; pour respecter cette condition, le détenteur doit avoir reçu un exemplaire de la lettre de confirmation du volume de la Politique d'expansion du marché émise par le ministère fédéral responsable ou le certificat d'inspection des produits de la viande émis par le ministère fédéral responsable concernant le poulet pendant la période d'engagement d'expansion du marché.</p> |
-
- | | |
|---|--|
| <p>Moreover, the licensee must retain the following documents which will be reviewed by CFC at the end of each market development commitment period:</p> <p>i) the Export Declaration Form issued by the responsible Federal Department in respect of any chicken marketed in export trade under the licence;</p> | <p>De plus, le détenteur de permis doit conserver les documents suivants qui seront examinés par les PPC à la fin de chaque période d'engagement pour l'expansion du marché :</p> <p>i) le formulaire de déclaration des exportations émis par le ministère fédéral responsable concernant tout poulet commercialisé à l'exportation en vertu du permis;</p> |
|---|--|

- ii) the sales invoice of the licensee for the chicken marketed to buyers;
- iii) a copy of the Market Development Policy Volume Confirmation letter issued by the responsible Federal Department to the buyer;
- iv) the ship delivery slip of bill of lading for shipment of the chicken;
- v) the Certificate of Inspection Covering Meat Products or the Official Meat Inspection Certificate for fresh meat, meat by-products, meat food products and poultry products issued by the Canadian Food Inspection Agency in respect of the chicken marketed under the licence;
- vi) the declaration documentation received by the licensee according to Article 7.4.h of the Policy;
- vii) a third party auditable declaration establishing the dry weight and, by reference to section 1 of Schedule 2 of the *Canadian Chicken Licensing Regulations*, the product categories of any chicken referred to in section 2 of the Market Development Commitment form that has been marketed under the licence.
- viii) any other information relating to the marketing of chicken by the licensee that CFC or any Provincial Commodity Board designated or person designated by CFC may direct.

7.4.g in order to claim market development product against the licence holder's market development commitment, the market development product must have been processed and marketed by the licence holder, or marketed through arrangements permitted under Article 7.3, or purchased, prior to the product being marketed, from another federally-inspected primary processor and marketed by the licence holder, including through arrangements permitted under Article 7.3 and in accordance with Article 6.1.d; and

7.4.h in order for a processor to make a market development commitment claim where the product has been purchased, prior to the product being marketed, from

- ii) les factures des ventes du détenteur pour le poulet commercialisé aux acheteurs;
- iii) un exemplaire de la lettre de confirmation du volume de la politique sur l'expansion du marché émise à l'acheteur par le ministère fédéral responsable;
- iv) le connaissance du navire ou du transporteur pour l'expédition du poulet;
- v) le Certificat d'inspection pour les produits carnés et le Certificat officiel d'inspection des viandes fraîches, sous-produits de viande, produits alimentaires à base de viande et produits avicoles émis par l'Agence canadienne d'inspection des aliments concernant le poulet commercialisé en vertu du permis;
- vi) les documents de déclaration reçus par le détenteur de permis conformément à l'alinéa 7.4.h de la politique;
- vii) une déclaration vérifiable d'un tiers établissant le poids sec et, par renvoi à l'article 1 de l'annexe 2 du *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada*, les catégories de produit pour tout poulet mentionné à l'article 2 du formulaire de l'engagement d'expansion du marché qui a été commercialisé en vertu d'un permis;
- viii) tout autre renseignement concernant la commercialisation de poulet par le détenteur de permis que les PPC ou tout office de commercialisation provincial a désigné ou toute personne désignée peut demander.

7.4.g pour réclamer les produits d'expansion du marché contre l'engagement d'expansion du marché du détenteur de permis, les produits aux fins d'expansion de marché doivent être transformés et commercialisés par le détenteur de permis ou commercialisés en vertu des termes d'ententes autorisées à l'article 7.3 ou doivent être achetés antérieur à la commercialisation des produits, du transformateur qui fait l'objet d'une inspection fédérale, et commercialisés par le détenteur de permis, y compris les termes d'ententes autorisées à l'article 7.3 et en accord avec l'article 6.1.d, et

7.4.h pour que les produits achetés, antérieur à la commercialisation des produits, à un autre transformateur de la province faisant l'objet d'une inspection fédérale,

another federally-inspected primary processor and marketed by that processor in accordance with this Policy, the processor must obtain a written declaration as specified in Schedule 3 of the *Canadian Chicken Licensing Regulations* that the processor from whom it purchased the product will not claim the product against its own market development commitment and must provide a copy of that declaration to the provincial commodity board.

7.4.i The following product coefficients will apply to production under all provincial market development programs:

Description	Full Live Weight Coefficients
Live birds	100%
Whole eviscerated WOG	150%
Leg quarters	125%
Whole wings (3 joints)	150%
Bone-in breasts	200%
Boneless breasts	400%
Drums/thighs	125%
Boneless dark meat	200%
Split wings (2 joints)	175%

7.5 The above-noted full live weight coefficients may be revised from time to time by CFC.

7.5.a Market Development quota will not be allocated for any chicken or chicken products that are derived from spent fowl or mature chicken.

7.5.b Market Development quota will only be allocated for the products specifically listed above.

commercialisés par celui-ci, selon la présente politique, puissent être pris en compte dans son engagement d'expansion du marché, le transformateur doit obtenir du transformateur à qui il a acheté les produits une déclaration écrite comme spécifié à l'annexe 3 du *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada* que ce dernier ne réclamera pas les produits en question pour respecter son propre engagement d'expansion du marché et doit en remettre une copie à l'office de commercialisation provincial.

7.4.i Les coefficients suivants s'appliqueront à la production des provinces où l'on retrouve un programme d'expansion du marché:

Description	Coefficients en poids vif
Poulet vivant	100 %
Entier éviscéré (sans abattis)	150 %
Quarts de cuisse	125 %
Ailes entières (3 articulations)	150 %
Poitrines non désossées	200 %
Poitrines désossées	400 %
Pilons/Hauts-de-cuisse	125 %
Viande brune désossée	200 %
Ailes fendues (2 articulations)	175 %

7.5 Les coefficients entiers en poids vif mentionnés ci-dessus peuvent, de temps à autre, faire l'objet d'une révision de la part des PPC.

7.5.a L'allocation de contingent d'expansion du marché ne sera pas accordée pour le poulet ou les produits à base de poulet qui proviennent de volailles de réforme ou poulet adulte.

7.5.b L'allocation de contingent d'expansion du marché sera seulement accordée pour les morceaux qui sont inscrits à la liste ci-dessus.

7.5.c The chicken meat component of mechanically separated meat (MSM) and meat processed by advanced meat recovery systems are ineligible for a market development allocation.

7.6 The CFC Production Policy Committee will undertake an annual review of the product coefficients and make its recommendation on changes, if necessary, to the CFC Board of Directors.

8. LIMITATIONS

8.1 The Market Development quota allocation to each province will be capped at 16% of the domestic quota allocation to each province for the quota allocation period. The cap may be changed by the CFC Board of Directors by a double majority vote.

9. MONITORING AND ENFORCEMENT

9.1 Each provincial commodity board will maintain records and proper documentation which will be available to CFC to monitor the quantities allotted to its regulated producers, the dates of slaughtering, and the actual volume and types of product utilized under its Market Development program for both the export and domestic market.

9.2 Market development licence holders are required to provide a monthly report to the CFC or the provincial commodity board, as applicable, on market development stocks being held in storage identified in auditable form by product intended for end-uses approved under Article 6.1.d.

9.3 Within 21 calendar days following the end of each production period, the licensee will submit a report to CFC containing the following information:

- i) description of product and the province in which the chicken was produced;
- ii) date of marketing;

7.5.c La composante de viande de poulet de la viande séparée mécaniquement (VSM) et de la viande transformée par une technologie de pointe de récupération de la viande ne sont pas admissibles à une allocation pour l'expansion du marché.

7.6 Le Comité des politiques de production entreprendra un examen annuel des coefficients de produits et il fera sa recommandation sur les modifications, au besoin, aux Conseil d'administration des PPC.

8. RESTRICTIONS

8.1 L'allocation du contingent d'expansion du marché à chaque province sera restreinte à un plafond de 16 p. 100 de l'allocation du contingent national de chaque province pour l'allocation du contingent de la période. Le plafond pourra être changé, au besoin, par le Conseil d'administration des PPC par un vote majoritaire et double.

9. APPLICATION ET SUIVI

9.1 Chaque office de commercialisation provincial conservera les dossiers et la documentation appropriée qui seront mis à la disposition des PPC afin de justifier les quantités émises aux producteurs détenant un permis, les dates d'abattage, le volume réel ainsi que les catégories de produit utilisé dans le cadre de son programme d'expansion du marché pour le marché de l'exportation et le marché intérieur.

9.2 Les détenteurs de permis d'expansion du marché seront tenus de présenter un rapport mensuel aux PPC ou à l'office provincial, suivant le cas, sur les stocks d'expansion du marché entreposés et établis, sous forme vérifiable, pour les produits destinés à des utilisations finales approuvées en vertu de l'article 6.1.d.

9.3 Dans les 21 jours civils suivant la fin de chaque période de production, le détenteur de permis soumettra un rapport aux PPC qui contiendra les renseignements suivants :

- i) la description du produit ainsi que de la province dans laquelle le poulet a été produit,
- ii) la date de commercialisation,

- iii) eviscerated weight in kilograms;
- iv) live weight equivalent;
- v) any other information that may be requested by CFC; and
- vi) other information that may be required by the respective provincial commodity board.

Based on the information, CFC will undertake the audit of the documentation identified in 7.4.f at the primary processor's facility.

If for any reasons, CFC cannot review the documentation identified in 7.4.f at the primary processor's facility, at the request of CFC, the licensee will forward the documentation identified in 7.4.f to the provincial commodity board for review by CFC.

- 9.4 CFC and the provincial commodity boards will observe strict confidentiality in dealing with the documents outlined in Article 7.4f using them only for the purposes for which they are being provided.
- 9.5 In accordance with the levy rates indicated in Article 9.7, levies will be assessed by CFC or the provincial board, as applicable, on the total live weight equivalent, as calculated by the product coefficients, in respect of market development production marketed other than in accordance with this Policy and the applicable regulations.
- 9.6 The levy will not be applied to kilograms from an allocation for Market Development which have not been produced and, consequently, a primary processor's commitment will be reduced by the amount of Market Development product requested that has not been produced.
- 9.7.a Failure to market the live weight equivalent as requested using the Market Development Commitment Form, as calculated by the product coefficients, in the targeted quota allocation period, the period immediately preceding or the period following to the buyers, for the end-uses and as one of the product categories specified in Article 6.1.d, will result in the assessment of a levy of \$1.00 per kilogram.

- iii) le poids éviscéré en kilogrammes,
- iv) le poids vivant équivalent,
- v) tout autre renseignement qui pourrait être exigé par les PPC, et
- vi) autre renseignement qui pourrait être exigé par l'office provincial de commercialisation concerné.

Selon les renseignements, les PPC feront une vérification de la documentation visée par l'article 7.4.f à l'installation principale du transformateur.

Si pour une raison quelconque, les PPC ne peuvent pas examiner la documentation visée à l'article 7.4.f à l'installation du transformateur primaire, à la demande des PPC, le détenteur de permis fera parvenir la documentation visée à l'article 7.4.f à l'office de commercialisation provincial aux fins d'examen par les PPC.

- 9.4 Les PPC et les offices de commercialisation provinciaux traiteront tous les documents cités dans l'article 7.4.f avec la plus grande confidentialité, les utilisant seulement aux fins nécessaires.
- 9.5 Conformément aux taux de redevance indiqués à l'article 9.7, les redevances seront imposées par les PPC ou l'office provincial, selon le cas, en fonction de l'équivalence totale en poids vif, tel que calculé par les coefficients d'équivalence, pour toute production aux fins d'expansion du marché commercialisée d'une façon non conforme à la Politique et aux règlements applicables.
- 9.6 La redevance ne sera pas appliquée aux kilogrammes provenant d'une allocation à l'expansion du marché qui n'aura pas été produite et, par conséquent, l'engagement d'un transformateur primaire sera réduit par la quantité destinée à l'expansion du marché et qui n'aura pas été produite.
- 9.7.a Le défaut de commercialiser l'équivalence en poids vif tel que demandé à l'aide du formulaire d'engagement d'expansion du marché, tel que calculé par les coefficients d'équivalence, durant la période visée d'allocation d'un contingentement, la période qui précède immédiatement ou la période suivante pour ce qui est des acheteurs, pour les utilisations finales et comme une des catégories de produits précisées à l'article 6.1.d, entraînera l'évaluation d'une redevance de 1,00 \$ le kilogramme.

- | | |
|---|---|
| <p>9.7.b The levy rate referred to in paragraph 9.7.a will increase by \$0.60 per kilogram (resulting in a total levy of \$1.60 per kilogram) on the total live weight equivalent of the market development production, as calculated by the product coefficients, if the marketing takes place two or more periods following the targeted quota allocation period.</p> | <p>9.7.b Le taux de redevance mentionné à l'alinéa 9.7.a augmentera la redevance de 0,60 \$ le kilogramme (entraînant une redevance totale de 1,60 \$ le kilogramme) sur l'équivalence totale en poids vif de la production d'expansion du marché, tel que calculé par les coefficients d'équivalence, si la commercialisation a lieu au moins deux périodes suivant la période visée d'allocation du contingentement.</p> |
| <p>9.7.c Marketing of market development product other than in accordance with this Policy and the applicable regulations in circumstances not covered by paragraph 9.7.a or 9.7.b will result in a levy assessment of \$1.60 per kilogram on the total live weight equivalent, as calculated by the product coefficients, for that market development production.</p> | <p>9.7.c La commercialisation de produits d'expansion du marché d'une façon non conforme à la Politique et aux règlements applicables dans des circonstances non couvertes par l'alinéa 9.7.a ou 9.7.b causera l'évaluation d'une redevance de 1,60 \$ le kilogramme sur l'équivalence totale en poids vif, tel que calculé par les coefficients d'équivalence, pour cette production d'expansion du marché.</p> |
| <p>9.8 CFC shall send a Notice of Assessment to the primary processor to advise of the results of the audit of marketings of market development product and the amount of levies payable. Payment of the levy as described in Article 9.7 is to be received by CFC within twenty (20) calendar days of a notice of assessment delivered to the primary processor, unless the primary processor advises CFC in writing within the same twenty (20) day period that it intends to challenge the Notice of Assessment.</p> | <p>9.8 Les PPC signifieront un Avis d'imposition au transformateur primaire afin de l'informer des conclusions de la vérification de la mise en marché des produits destinés à l'expansion du marché et du montant de la redevance à payer. Le paiement de la redevance comme indiqué à l'article 9.7, doit parvenir aux PPC dans les vingt (20) jours suivants l'avis d'imposition envoyé au transformateur primaire, à moins que le transformateur primaire n'informe par écrit les PPC durant ladite période de vingt (20) jours qu'il entend contester l'Avis d'imposition.</p> |
| <p>9.9 Within 30 days after the day on which the notice of assessment is received, the primary processor may dispute the notice by advising CFC of its intention in writing and, at the same time, (i) provide CFC with documents or information in writing upon which the primary processor relies to support its claim and (ii) advise CFC whether it wishes to have its claim dealt with by the CFC Board of Directors in writing, or whether it wishes to make oral representations to the CFC Board of Directors. The CFC Board of Directors will convene a meeting to make a final decision on the notice of assessment and the claim of the primary processor.</p> | <p>9.9 Dans les 30 jours après réception de l'avis d'évaluation, le transformateur primaire peut aviser les PPC par écrit de son intention de le contester et fournir en même temps aux PPC (i) la documentation sur laquelle il compte pour appuyer son appel et (ii) indiquer aux PPC s'il souhaite que le Conseil d'administration des PPC traite sa contestation par écrit ou s'il entend faire des observations de vive voix au Conseil d'administration des PPC. Les PPC convoqueront une réunion du Conseil d'administration pour rendre une décision finale concernant l'Avis d'imposition et la contestation du transformateur primaire.</p> |

- 9.10 Following the meeting, the CFC Board of Directors shall issue a Final Assessment Determination stating its decision, including levies owed, if any. The primary processor must remit to CFC any levies owed within 35 days of the Final Assessment Determination, failing which automatic suspension of the market development licence under subsection 9(3) of the *Canadian Chicken Licensing Regulations*.
- 9.11 The net proceeds of levies collected under this Policy will be deposited in a Market Development and Promotion Fund to be set up and administered by CFC. The net proceeds from this fund are to be used to develop new markets for Canadian chicken, to promote increased consumption of Canadian chicken, or to develop new uses for Canadian chicken. Approval of funding for specific projects will be done jointly by CFC and the Canadian Poultry and Egg Processors Council.
- 9.12 Should a primary processor fail to comply with any condition of the market development licence, subject to the *Canadian Chicken Licensing Regulations*, CFC may suspend or revoke the primary processor's market development licence or refuse to issue or renew a market development licence.
- 9.13 CFC shall not suspend, revoke or refuse to issue or to renew a market development license where the licensee establishes that the failure to comply is due to a *force majeure* event that:
- a) rendered it impossible, through no fault of the licensee, for the licensee to market the chicken as per the Market Development Policy;
 - b) was not reasonably foreseeable; and
 - c) was beyond the control of the licensee. *Force majeure*
- Guidelines are appended as Annex 1 to this policy.
- 9.10 Au terme de la réunion, le Conseil d'administration des PPC rendra un Avis final d'imposition faisant état de sa décision et, le cas échéant, des redevances à verser. Le transformateur primaire doit verser aux PPC les redevances dues dans les trente-cinq (35) jours de signification de l'Avis final d'imposition, sinon le permis d'expansion du marché du détenteur sera automatiquement suspendu en vertu de l'alinéa 9(3) du *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada*.
- 9.11 Les recettes nettes des redevances perçues en vertu de la présente politique seront déposées dans un compte de promotion et d'expansion du marché qui sera créé et administré par les PPC. Les recettes nettes provenant de ce compte seront utilisées afin d'ouvrir de nouveaux marchés pour l'industrie canadienne du poulet et de promouvoir la consommation accrue de poulet canadien ou encore de créer de nouvelles façons d'utiliser le poulet canadien. L'approbation des fonds pour des projets particuliers se fera conjointement par les PPC et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles.
- 9.12 À défaut de se soumettre aux conditions du permis d'expansion du marché, assujetti au *Règlement sur l'octroi de permis visant les poulets du Canada*, les PPC peuvent suspendre ou annuler le permis d'expansion du marché du transformateur primaire, ou refuser d'émettre ou de renouveler un permis d'expansion du marché.
- 9.13 Les PPC ne suspendront pas, ni n'annuleront ou ne refuseront d'émettre ou de renouveler un permis d'expansion du marché lorsque le détenteur justifie que la non-conformité est attribuable à un événement de *force majeure* qui :
- a) a empêché le titulaire, sans faute de sa part, de commercialiser le poulet selon la politique d'expansion du marché;
 - b) n'était pas raisonnablement prévisible; et
 - c) était indépendant de la volonté du détenteur.
- Vous trouverez, à l'Annexe 1 de la présente politique, les Lignes directrices concernant les cas de *force majeure*.

10. IMPORTS FOR RE-EXPORT

- 10.1 Exported products under an import to reexport or duty deferral program are not eligible to meet a market development commitment. Similarly, exported products under the Market Development Policy are not eligible to meet the obligations of an import to re-export or duty deferral program. The data to reflect products imported for reexport will be that supplied by the responsible Federal Department.

11. EVALUATION PROCESS

- 11.1 This policy will be evaluated on an ongoing basis and fully reviewed at the same time as the annual review of the Operating Agreement of the Federal-Provincial Agreement.
- 11.2 The CFC will review provincial Market Development programs on an annual basis to determine compatibility with this Market Development Policy, and to exchange views on good practices and benefit from an exchange of lessons learned.

10. IMPORTATIONS AUX FINS DE RÉEXPORTATION

- 10.1 Les produits exportés dans le cadre d'un programme d'importation pour réexportation ou de report des droits ne sont pas admissibles pour répondre à un engagement d'expansion du marché. Dans le même ordre d'idées, les produits exportés aux termes de la Politique d'expansion du marché ne satisfont pas aux obligations d'un programme d'importation pour réexportation ou de report des droits. Les données sur les produits importés en vue d'une réexportation seront celles fournies par le ministère fédéral responsable.

11. PROCESSUS D'ÉVALUATION

- 11.1 La présente politique sera évaluée sur une base continue et étudiée en profondeur lors de l'évaluation annuelle de l'Entente opérationnelle de l'Accord fédéral-provincial.
- 11.2 Chaque année, les PPC évalueront les programmes provinciaux d'expansion du marché afin de déterminer leur compatibilité avec la présente politique d'expansion du marché ainsi que pour échanger des opinions sur les pratiques exemplaires et profiter des leçons apprises de part et d'autre.

ANNEX 1

Force majeure guidelines

The CFC Market Development Policy indicates that a market development licensee is not obliged to remit some or all of the levies assessed where a *force majeure* event justifies the quantity of market development product that has been marketed other than in accordance with the CFC Market Development Policy, the *Canadian Chicken Licensing Regulations* and the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations* (the “Policy and Regulations”).

According to the Market Development Policy, a *force majeure* event must satisfy all of the following preconditions:

- a) the event alleged must render the performance of the market development licensee’s commitment to market the market development product as required by the Policy and Regulations impossible, not just difficult;
- b) the event must not be reasonably foreseeable; and
- c) the event must be beyond the market development licensee’s control.

When a primary processor becomes aware of a *force majeure* event that has and/or will affect the marketing of market development product it has committed to market, the primary processor is required to advise CFC immediately.

CFC Directors will take into account the following guidelines in assessing a *force majeure* claim made by a market development licensee under section 9.9 of the Market Development Policy.

1. Minor difficulties in the ability of a market development licensee to market the market development product it committed to market in accordance with the Policy and Regulations will not be sufficient to qualify as a *force majeure* event. As the words *force majeure* imply, the event must be of such a magnitude as to radically alter

ANNEXE 1

Lignes directrices concernant les Cas de *force majeure*

Il est stipulé dans la Politique d’expansion du marché des PPC qu’un détenteur de permis d’expansion du marché ne sera pas tenu de verser – en partie ou en totalité – les redevances imposées s’il peut faire la démonstration que c’est en raison d’un cas de *force majeure* qu’il a mis en marché une quantité de produits destinés à l’expansion du marché de façon non conforme à la Politique d’expansion du marché des PPC, au *Règlement sur l’octroi de permis visant les poulets du Canada* et au *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets* (ci-après « la Politique et le Règlement »).

Aux termes de la Politique d’expansion du marché, pour qu’il y ait cas de *force majeure*, les trois conditions préalables suivantes doivent être satisfaites :

- a) l’événement allégué doit rendre impossible – et non seulement difficile – pour le détenteur de permis d’expansion du marché de s’acquitter de son engagement de mettre en marché des produits destinés à l’expansion du marché tel que stipulé dans la Politique et le Règlement;
- b) l’événement ne doit pas être raisonnablement prévisible; et
- c) l’événement doit être indépendant de la volonté du détenteur du permis d’expansion du marché.

Quand un transformateur primaire constate qu’un cas de *force majeure* a entravé ou entravera la mise en marché des produits destinés à l’expansion du marché qu’il s’est engagé à commercialiser, il doit en informer sans tarder les PPC.

Le Conseil d’administration des PPC tiendra compte des lignes directrices suivantes en vue de déterminer, en vertu de l’article 9.9 de la Politique d’expansion du marché, le bien-fondé de l’invocation d’un cas de *force majeure* par un détenteur d’un permis d’expansion du marché.

1. Que le détenteur d’un permis d’expansion du marché éprouve des difficultés mineures à mettre en marché les produits destinés à l’expansion du marché qu’il s’est engagé à commercialiser en vertu de la Politique et du Règlement ne justifie pas l’invocation d’un cas de *force majeure*. Comme le sous-entend l’expression

the ability of the market development licensee to market the market development product it committed to market in accordance with the Policy and Regulations.

2. Recognizing that markets are subject to inherent risks and uncertainties, and given the flexibility built into the Market Development Policy in sections 6.4.d and 6.4.f, the “event” should be one that the market development licensee could not have anticipated or addressed through proper planning and diligence.
3. Consideration is to be given as to whether the alleged *force majeure* event makes marketing of either all or some portion of the market development product in accordance with the Policy and Regulations impossible rather than simply difficult. To qualify as a *force majeure* event, impossibility of performance is a prerequisite.
4. A market development licensee will have greater difficulty showing that an event cannot be reasonably foreseen if the event can be addressed through proper contingency planning (e.g., the flexibility provided in the Market Development Policy, and commercial arrangements which can be made with business associates).
5. Given the flexibilities built into the Market Development Policy, a market development licensee cannot properly claim *force majeure* if it has contributed to the event, either through its own actions or through inaction, including by failing to reduce its current or future market development commitment in a timely manner.
6. An extenuating circumstance must be the cause of the marketing other than in accordance with the Policy and Regulations to qualify as *force majeure*. Where an extenuating circumstance does qualify as a *force majeure*, it may be found that the extenuating circumstance was the cause of only a portion of the marketing other than in accordance with the Policy and Regulations by the market development licensee, in which case the amount of the levies to be remitted may be reduced, but not necessarily eliminated in their entirety.

force majeure, l'événement doit être grave au point où il entame radicalement la capacité du détenteur du permis d'expansion du marché de mettre en marché les produits destinés à l'expansion du marché qu'il s'est engagé à commercialiser en vertu de la Politique et du Règlement.

2. Reconnaisant que les marchés présentent des incertitudes et des risques inhérents et compte tenu de la souplesse prévue aux articles 7.4.d et 7.4.f de la Politique d'expansion du marché, il doit s'agir d'un « événement » que le détenteur du permis d'expansion du marché ne pouvait prévoir ou avec lequel il n'aurait pu composer même en planifiant et en agissant avec diligence.
3. Il faut déterminer si le cas de *force majeure* allégué a rendu impossible – et non simplement difficile – la mise en marché d'une partie ou de la totalité des produits destinés à l'expansion du marché en conformité avec la Politique et le Règlement. Pour qu'il y ait cas de *force majeure*, il doit y avoir, c'est une condition préalable, impossibilité de la part du détenteur de s'acquitter de son engagement.
4. Le détenteur d'un permis d'expansion du marché éprouvera davantage de difficulté à démontrer qu'un événement n'a pu être raisonnablement prévu s'il pouvait être évité grâce à une planification d'urgence appropriée (c.-à-d. la souplesse prévue dans la Politique d'expansion du marché et la prise possible d'arrangements avec des partenaires commerciaux).
5. Compte tenu de la souplesse prévue dans la Politique d'expansion du marché, un détenteur de permis d'expansion du marché ne peut invoquer un cas de *force majeure* s'il a contribué, par ses actes ou son défaut d'agir, à l'événement, y compris s'il n'a pas obtenu une réduction, en temps opportun, de ses engagements courants ou futurs d'expansion du marché.
6. Pour qu'il y ait cas de *force majeure*, des circonstances atténuantes doivent être à l'origine de la mise en marché non conforme à la Politique et au Règlement. Quand des circonstances atténuantes donnent lieu à un cas de *force majeure*, il se peut que ces circonstances n'expliquent qu'en partie la non-conformité de la mise en marché du détenteur de permis d'expansion du marché à la Politique et au Règlement. Le cas échéant, les redevances à payer pourront être réduites mais pas pour autant annulées.

Adopted by the CFC Board of Directors on July 14, 2005.

Adopté par le Conseil d'administration des PPC le 14 juillet 2005.

ANNEX 2

CFC Market Development Levy Assessment Procedures

Audit

- (1) CFC will audit the market development activities and documentation of each licence holder for each period which the market development commitment was completed, in conjunction with the audit of the provincial commodity boards pursuant to section 7.0 of the Monitoring and Enforcement Policy.
- (2) The licence holder may advise CFC in writing within 20 days of receipt of the CFC's Notice of Assessment under section 9.9 of the Market Development Policy that it intends to challenge the Notice of Assessment.
- (3) No new claims can be made by the affected the licence holder outside this 20-day limit.
- (4) The licence holder may provide CFC staff with additional information to support its claim for *force majeure* consideration no later than 2 weeks prior to the meeting where the case is to be heard by CFC Directors.

Assessment

- (5) In order to avoid any apprehension of bias, CFC Directors are not to seek or accept information, nor discuss licensing actions prior to their consideration by the CPC Board of Directors.
- (6) CFC staff will provide Directors with their final report and the written submissions by licence holders at the CFC Directors Only board meeting to consider licensing actions, not beforehand.
- (7) CFC staffs final report will provide an assessment of any *force majeure* claims made by licence holders.

ANNEXE 2

Procédures d'évaluation de l'imposition des redevances d'expansion du marché des PPC

Vérification

- (1) Les PPC vérifieront les activités d'expansion du marché et la documentation de chaque détenteur de licence pour chaque période pour laquelle l'engagement d'expansion du marché a été achevée, simultanément à la vérification des offices de commercialisation provinciaux en vertu de l'article 7.0 de la Politique d'application et de suivi.
- (2) Le détenteur de licence peut aviser les PPC par écrit dans les 20 jours après réception de l'Avis d'évaluation, en vertu du paragraphe 9.9 de la Politique d'expansion du marché, qu'il a l'intention de contester l'Avis d'évaluation.
- (3) Aucune nouvelle réclamation ne peut être faite par le détenteur de licence en question après l'échéance de ces 20 jours.
- (4) Le détenteur de licence peut fournir au personnel des PPC de l'information additionnelle à l'appui de sa réclamation pour considération de *force majeure* au plus tard dans les 2 semaines avant la réunion à laquelle les administrateurs des PPC examineront l'évaluation.

Évaluation

- (5) Afin de prévenir la crainte de parti pris, les administrateurs des PPC ne chercheront ni n'accepteront d'information, et ne discuteront pas des mesures d'attribution de licences avant qu'elles aient été examinées par le Conseil d'administration des PPC.
- (6) Le personnel des PPC remettra aux administrateurs son rapport final ainsi que les présentations écrites du détenteur de licence à la réunion des administrateurs seulement des PPC, consacrée aux mesures d'attribution de licences, et pas avant.
- (7) Le rapport définitif du personnel des PPC fournira une évaluation de la réclamation pour *force majeure* faite par le détenteur de licence.

- | | |
|---|---|
| <p>(8) Prior to the consideration of market development levy assessments, the Chairman will determine if any Directors are in a conflict of interest, following the procedures outlined in subsection 41.(3) of the CFC By-Laws.</p> | <p>(8) Avant l'examen de l'évaluation de l'imposition des redevances d'expansion du marché, le président déterminera s'il existe des conflits d'intérêts parmi les administrateurs, conformément aux procédures du paragraphe 41.(3) des Règlements généraux des PPC.</p> |
| <p>(9) Directors will then consider each licensing action.</p> | <p>(9) Les administrateurs étudieront ensuite chaque mesure d'attribution de licences.</p> |
| <p>(10) If the licence holder advised CFC in writing, pursuant to section 9.10 of the Market Development Policy, that it wished to make oral presentation to the CFC Board of Directors, the Chairman will ask up to two licence holder representatives who wish to participate in the assessment to come into the meeting.</p> | <p>(10) Si le détenteur de licence a avisé les PPC par écrit, conformément à l'article 9.10 de la Politique d'expansion du marché, qu'il désire faire une présentation verbale au Conseil d'administration des PPC, le président demandera à deux représentants détenteurs de licence qui désirent participer à l'évaluation d'assister à la réunion.</p> |
| <p>(11) Staff will present their report to Directors, including their assessment of any <i>force majeure</i> claims made by licence holders.</p> | <p>(11) Le personnel présentera son rapport aux administrateurs, y compris son évaluation de toute réclamation pour <i>force majeure</i> du détenteur de licence.</p> |
| <p>(12) Once CFC Directors, and the licence holder representatives, have heard the staff report, they may ask questions of clarification.</p> | <p>(12) Lorsque les administrateurs des PPC et les représentants du détenteur de licence auront entendu le rapport du personnel, ils pourront poser des questions aux fins de clarification.</p> |
| <p>(13) The licence holder representatives will present their <i>force majeure</i> claim for consideration.</p> | <p>(13) Les représentants du détenteur de licence pourront présenter leur réclamation pour <i>force majeure</i>.</p> |
| <p>(14) Once CFC Directors and staff have heard the claim of the affected licence holder, they may ask questions of clarification.</p> | <p>(14) Lorsque les administrateurs et le personnel des PPC auront entendu la réclamation du détenteur de licence, ils pourront poser des questions aux fins de clarification.</p> |
| <p>(15) Once Directors are satisfied that they have heard enough evidence and clarification, the licence holder representatives will be asked to leave the meeting.</p> | <p>(15) Lorsque les administrateurs seront satisfaits des preuves et des points de clarification présentés, l'on demandera aux représentants du détenteur de licence de quitter la réunion.</p> |
| <p>(16) CFC Directors will consider the <i>force majeure</i> claim of the licence holder, including the CFC staff assessment and any information provided by the licence holder representatives.</p> | <p>(16) Les administrateurs des PPC étudieront la réclamation pour <i>force majeure</i> du détenteur de licence, y compris l'évaluation du personnel des PPC et l'information fournie par les représentants du détenteur de licence.</p> |
| <p>(17) In considering whether or not to accept a claim of <i>force majeure</i>, CFC Directors will be guided by CFC's <i>force majeure</i> guidelines approved on July 14, 2005.</p> | <p>(17) Pour considérer l'acceptation ou le refus d'une réclamation pour <i>force majeure</i>, les administrateurs des PPC respecteront les directives en matière de <i>force majeure</i> telles qu'approuvées le 14 juillet 2005.</p> |

Reporting

(18) Directors are not to communicate the result of their decisions outside of the CFC Board.

(19) CFC staff will prepare and circulate a report to stakeholders outlining the CFC Board's decisions within 5 calendar days.

Adopted by the CFC Board of Directors on February 9, 2004.

Présentation du rapport

(18) Les administrateurs ne divulgueront les résultats de leur décision à aucune personne hors du Conseil d'administration des PPC.

(19) Le personnel des PPC préparera le rapport sur la décision du Conseil et le distribuera aux intervenants dans les 5 jours civils suivants.

Adopté par le Conseil d'administration des PPC le 9 février 2004.

Registration
SOR/2002-1 11 December, 2001

FARM PRODUCTS AGENCIES ACT

Proclamation Amending the Chicken Farmers of Canada Proclamation

ADRIENNE CLARKSON

[L.S.]

Canada

Elizabeth the Second, by the Grace of God of the United Kingdom, Canada and Her other Realms and Territories
QUEEN, Head of the Commonwealth, Defender of the Faith.

To All To Whom these Presents shall come or whom the same may in any way concern,

Greeting:

MORRIS ROSENBERG

Deputy Attorney General

A Proclamation

Whereas the Governor in Council, pursuant to subsection 16(1) of the *Farm Products Agencies Act*, by the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*, established Chicken Farmers of Canada;

Whereas paragraph 17(1)(a) of that Act provides that the proclamation shall designate the farm products in relation to which Chicken Farmers of Canada may exercise its powers;

Whereas paragraph 17(2)(c) of that Act provides that the Governor in Council may, by proclamation, amend the terms of a marketing plan that the Chicken Farmers of Canada is empowered to implement;

Whereas paragraph 17(2)(e) of that Act provides that the Governor in Council may, by proclamation, increase the number of members of Chicken Farmers of Canada;

Whereas paragraph 17(2)(f) of that Act provides that the Governor in Council may, by proclamation, provide for a term of appointment of members that varies from the term provided in the proclamation establishing Chicken Farmers of Canada;

And Whereas, pursuant to the Federal-Provincial Agreement with respect to the establishment of a comprehensive chicken marketing program in Canada, the Province of British Columbia has joined Chicken Farmers of Canada;

Now Know You that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada and pursuant to Order in Council P.C. 2001-2148 of November 22, 2001, do by this Our Proclamation amend the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*, in accordance with the annexed schedule.

Of All Which Our Loving Subjects and all others whom these Presents may concern are hereby required to take notice and to govern themselves accordingly.

In Testimony Whereof, We have caused this Our Proclamation to be published and the Great Seal of Canada to be hereunto affixed. Witness: Our Right Trusty and Well-beloved

Enregistrement
DORS/2002-1 11 décembre 2001

LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES

Proclamation modifiant la Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada

ADRIENNE CLARKSON

[L.S.]

Canada

Elizabeth Deux, par la Grâce de Dieu, REINE du Royaume-Uni, du Canada et de ses autres royaumes et territoires, Chef du Commonwealth, Défenseur de la Foi.

À tous ceux à qui les présentes parviennent ou qu'icelles peuvent de quelque manière concerner,

Salut :

Sous-procureur général

MORRIS ROSENBERG

Proclamation

Attendu que, en vertu du paragraphe 16(1) de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le gouverneur en conseil a, par la *Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada*, créé l'office appelé Les Producteurs de poulet du Canada;

Attendu que, en vertu de l'alinéa 17(1)a) de cette loi, la proclamation doit désigner le ou les produits agricoles ressortissant à cet office;

Attendu que, en vertu de l'alinéa 17(2)c) de cette loi, la gouverneure en conseil peut, par proclamation, modifier les modalités du plan de commercialisation que cet office peut mettre en oeuvre;

Attendu que, en vertu de l'alinéa 17(2)e) de cette loi, la gouverneure en conseil peut, par proclamation, accroître le nombre des membres de cet office;

Attendu que, en vertu de l'alinéa 17(2)f) de cette loi, la gouverneure en conseil peut, par proclamation, prévoir la durée du mandat des membres de cet office lorsqu'elle diffère de celle prévue dans la proclamation le créant;

Attendu que, en vertu des dispositions de l'Accord fédéral-provincial relatif à la mise en place d'un système global de commercialisation du poulet au Canada, la province de la Colombie-Britannique s'est jointe à cet office,

Sachez que, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada et en vertu du décret C.P. 2001-2148 du 22 novembre 2001, Nous, par Notre présente proclamation, modifions, conformément à l'annexe ci-après, la *Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada*.

De ce qui précède, Nos féaux sujets et tous ceux que les présentes peuvent concerner sont par les présentes requis de prendre connaissance et d'agir en conséquence.

En Foi de Quoi, Nous avons fait publier Notre présente Proclamation et y avons fait apposer le grand sceau du Canada. Témoins : Notre très fidèle et bien-aimée Adrienne Clarkson,

Adrienne Clarkson, Chancellor and Principal Companion of Our Order of Canada, Chancellor and Commander of Our Order of Military Merit, Governor General and Commander-in-Chief of Canada.

At Our Government House, in Our City of Ottawa, this sixth day of December in the year of Our Lord two thousand and one and in the fiftieth year of Our Reign.

By Command,

V. PETER HARDER

Deputy Registrar General of Canada

SCHEDULE

1. The first to fifth¹ paragraphs of the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*² are replaced by the following:

Whereas in and by subsection 16(1) of the *Farm Products Agencies Act* it is provided that the Governor in Council may, by proclamation, establish an agency with powers relating to any farm product or farm products the marketing of which in inter-provincial and export trade is not regulated pursuant to the *Canadian Wheat Board Act* or the *Canadian Dairy Commission Act* where the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of the farm product or of each of the farm products in Canada is in favour of the establishment of an agency;

And Whereas the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of chicken in Canada is in favour of the establishment of such an agency;

Now Know You that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada, do by this Our Proclamation establish an agency, to be known as Chicken Farmers of Canada, consisting of fourteen members appointed in the manner and for the terms set forth in the schedule hereto;

And Know You Further that We are pleased to designate chicken and any part thereof produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade as the farm product in relation to which Chicken Farmers of Canada may exercise its powers;

And Know You Further that We are pleased to specify that the manner of designation of the Chairperson and Vice-Chairperson of Chicken Farmers of Canada, the place within Canada where the head office of Chicken Farmers of Canada is situated and the terms of the marketing plan that Chicken Farmers of Canada is empowered to implement shall be as set forth in the schedule hereto;

2. (1) The definitions “Agency”¹ and “non-signatory provinces”³ in section 1 of the schedule to the Proclamation are repealed.

(2) The definition “Association canadienne des transformateurs de volailles”⁴ in section 1 of the schedule to the French version of the Proclamation is repealed.

(3) The definitions “Act”, “chicken”³, “Commodity Board”³, “producer” and “signatory provinces”³ in section 1

Chancelière et Compagnon principal de Notre Ordre du Canada, Chancelière et Commandeur de Notre Ordre du Mérite militaire, Gouverneure générale et Commandante en chef du Canada.

À Notre Hôtel du Gouvernement, en Notre ville d’Ottawa, ce sixième jour de décembre de l’an de grâce deux mille un, cinquantième de Notre règne.

Par ordre,

Sous-registraire général du Canada

V. PETER HARDER

ANNEXE

1. Les cinq premiers paragraphes¹ de la *Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada*² sont remplacés par ce qui suit :

Attendu que, en vertu du paragraphe 16(1) de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office compétent pour des produits agricoles dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d’exportation n’est pas réglementée par la *Loi sur la Commission canadienne du blé* ou la *Loi sur la Commission canadienne du lait*, lorsqu’il est convaincu que la majorité des producteurs, au Canada, des produits en question est en faveur d’une telle mesure;

Attendu que le gouverneur en conseil est convaincu que la majorité des producteurs de poulet du Canada est en faveur de la création d’un tel office,

Sachez que, sur et avec l’avis de Notre Conseil privé pour le Canada, Nous créons, par Notre présente proclamation, l’office appelé Les Producteurs de poulet du Canada, qui est composé de quatorze membres nommés de la manière et pour la durée établies dans l’annexe ci-après;

Sachez que Nous précisons que le produit agricole à l’égard duquel Les Producteurs de poulet du Canada peuvent exercer leurs pouvoirs est le poulet et toutes ses parties qui sont produits au Canada et commercialisés sur le marché interprovincial ou d’exportation;

Sachez que Nous précisons dans l’annexe ci-après le mode de désignation du président et du vice-président des Producteurs de poulet du Canada, le lieu au Canada où est situé le siège social des Producteurs de poulet du Canada ainsi que les modalités du plan de commercialisation qu’ils sont habilités à mettre en oeuvre;

2. (1) Les définitions de « Office »¹ et « provinces non signataires »³, à l’article 1 de l’annexe de la même proclamation, sont abrogées.

(2) La définition de « Association canadienne des transformateurs de volailles »⁴, à l’article 1 de l’annexe de la version française de la même proclamation, est abrogée.

(3) Les définitions de « Loi », « Office de commercialisation »³, « poulet »³, « producteur » et « provinces

¹ SOR/98-244

² SOR/79-158; SOR/98-244

³ SOR/91-139

⁴ SOR/96-141

¹ DORS/98-244

² DORS/79-158; DORS/98-244

³ DORS/91-139

⁴ DORS/96-141

of the schedule to the Proclamation are replaced by the following:

“Act” means the *Farm Products Agencies Act*; (*Loi*)

“chicken” means chicken and any part of a chicken, live or in processed form, produced in Canada and marketed in inter-provincial or export trade; (*poulet*)

“Commodity Board” means, in respect of the Province of

- (a) Ontario, Chicken Farmers of Ontario,
- (b) Quebec, Fédération des producteurs de volailles du Québec,
- (c) Nova Scotia, Chicken Farmers of Nova Scotia,
- (d) New Brunswick, New Brunswick Chicken Marketing Board,
- (e) Manitoba, Manitoba Chicken Producers,
- (f) British Columbia, British Columbia Chicken Marketing Board,
- (g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board,
- (h) Saskatchewan, Chicken Farmers of Saskatchewan,
- (i) Alberta, Alberta Chicken Producers, and
- (j) Newfoundland, Newfoundland Chicken Marketing Board; (*Office de commercialisation*)

“producer” means a person who raises chickens for processing, for sale to the public or for use in products manufactured by the person; (*producteur*)

“signatory provinces” means all the provinces of Canada, except the non-signatory territories. (*provinces signataires*)

(4) The expression “(Association canadienne des transformateurs de volailles)” at the end of the definition “Further Poultry Processors Association of Canada” in section 1 of the schedule to the English version of the Proclamation is replaced by the expression “(Association canadienne des sur-transformateurs de volailles)”.

(5) The definition “Plan” in section 1 of the French version of the Schedule to the Proclamation is replaced by the following:

« Plan » Le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la partie II de la présente annexe. (*Plan*)

(6) Section 1 of the schedule to the Proclamation is amended by adding the following in alphabetical order:

“CFC” means Chicken Farmers of Canada; (*PPC*)

“non-signatory territory” means the Yukon Territory, the Northwest Territories and Nunavut; (*territoire non signataire*)

“period” means the period, as established by CFC from time to time, during which chicken produced in a signatory province or in a non-signatory territory is authorized to be marketed; (*période*)

(7) Section 1 of the schedule to the French version of the Proclamation is amended by adding the following in alphabetical order:

« Association canadienne des sur-transformateurs de volailles »
Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 21 août 1985. (*Further Poultry Processors Association of Canada*)

signataires »³, à l'article 1 de l'annexe de la même proclamation, sont respectivement remplacées par ce qui suit :

« Loi » La Loi sur les offices des produits agricoles. (*Act*)

« Office de commercialisation »

- a) En Ontario, les Producteurs de poulet de l'Ontario;
- b) au Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec;
- c) en Nouvelle-Écosse, le Chicken Farmers of Nova Scotia;
- d) au Nouveau-Brunswick, l'Office de commercialisation des poulets du Nouveau-Brunswick;
- e) au Manitoba, l'Office des producteurs de poulet du Manitoba;
- f) en Colombie-Britannique, le British Columbia Chicken Marketing Board;
- g) à l'Île-du-Prince-Édouard, le Prince Edward Island Poultry Meat Commodity Marketing Board;
- h) en Saskatchewan, le Chicken Farmers of Saskatchewan;
- i) en Alberta, le Alberta Chicken Producers;
- j) à Terre-Neuve, le Newfoundland Chicken Marketing Board. (*Commodity Board*)

« poulet » Poulet et toute partie de celui-ci, vivant ou sous forme transformée, qui est produit au Canada et commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation. (*chicken*)

« producteur » Personne qui élève du poulet pour la transformation, pour la vente au public ou pour l'utilisation dans des produits fabriqués par elle. (*producer*)

« provinces signataires » Toutes les provinces du Canada, à l'exclusion des territoires non signataires. (*signatory provinces*)

(4) La mention « (Association canadienne des transformateurs de volailles) » qui figure à la fin de la définition de « Further Poultry Processors Association of Canada », à l'article 1 de l'annexe de la version anglaise de la même proclamation, est remplacée par « (Association canadienne des sur-transformateurs de volailles) ».

(5) La définition de « Plan », à l'article 1 de l'annexe de la version française de la même proclamation, est remplacée par ce qui suit :

« Plan » Le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la partie II de la présente annexe. (*Plan*)

(6) L'article 1 de l'annexe de la même proclamation est modifié par adjonction, selon l'ordre alphabétique, de ce qui suit :

« période » La durée que les PPC peuvent fixer à tout moment et au cours de laquelle le poulet produit dans une province signataire ou dans un territoire non signataire peut être commercialisé. (*period*)

« PPC » Les Producteurs de poulet du Canada. (*CFC*)

« territoire non signataire » Le territoire du Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. (*non-signatory territory*)

(7) L'article 1 de l'annexe de la version française de la même proclamation est modifié par adjonction, selon l'ordre alphabétique, de ce qui suit :

« Association canadienne des sur-transformateurs de volailles »
personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 21 août 1985. (*Further Poultry Processors Association of Canada*)

3. The heading “The Agency” before section 2 of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

Chicken Farmers of Canada

4. Subsections 2(1) to (4)⁴ of the schedule to the Proclamation are replaced by the following:

2. (1) The Commodity Board for a province may, at any time, appoint a person who is a resident of that province to be a member of CFC to hold office until the end of CFC’s annual meeting in the calendar year following the year of appointment.

(2) The Canadian Poultry and Egg Processors Council may, at any time, appoint two persons who are residents of Canada and who are experienced in the business or trade of the processing of chicken meat to be members of CFC and each person so appointed shall hold office until the end of CFC’s annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

(3) The Canadian Restaurant and Food Service Association may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of supplying prepared foods to consumers to be a member of CFC to hold office until the end of CFC’s annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

(4) The Further Poultry Processors Association of Canada may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of the further processing of chicken meat to be a member of CFC to hold office until the end of CFC’s annual meeting in the second calendar year following the year of appointment.

5. Section 4⁵ of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

4. The head office of CFC shall be situated in the City of Ottawa, in the Province of Ontario.

6. Section 5 of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

5. In this Part,

“Board” means, in respect of the Province of

- (a) Ontario, Ontario Farm Products Marketing Commission,
- (b) Quebec, Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec,
- (c) Nova Scotia, Nova Scotia Natural Products Marketing Council,
- (d) New Brunswick, New Brunswick Farm Products Commission,
- (e) Manitoba, Manitoba Natural Products Marketing Council,
- (f) British Columbia, British Columbia Marketing Board,
- (g) Prince Edward Island, Prince Edward Island Marketing Council,
- (h) Saskatchewan, Agri-Food Marketing Council,
- (i) Alberta, Alberta Agricultural Products Marketing Council, and

3. L’intertitre « L’Office » qui précède l’article 2 de l’annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

Les Producteurs de poulet du Canada

4. Les paragraphes 2(1) à (4)⁴ de l’annexe de la même proclamation sont remplacés par ce qui suit :

2. (1) L’Office de commercialisation d’une province peut, à tout moment, nommer un résident de cette province, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l’assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de l’année civile suivant l’année de sa nomination.

(2) Le Conseil canadien des transformateurs d’œufs et de volailles peut, à tout moment, nommer deux résidents du Canada qui possèdent de l’expérience de l’industrie ou du commerce de la transformation de la viande de poulet, à titre de membres des PPC, le mandat de chaque personne ainsi nommée se terminant à la fin de l’assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l’année de sa nomination.

(3) L’Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l’expérience de l’industrie ou du commerce d’aliments préparés fournis aux consommateurs, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l’assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l’année de sa nomination.

(4) L’Association canadienne des sur-transformateurs de volailles peut, à tout moment, nommer un résident du Canada qui possède de l’expérience de l’industrie ou du commerce de la sur-transformation de la viande de poulet, à titre de membre des PPC, pour un mandat se terminant à la fin de l’assemblée annuelle des PPC se tenant au cours de la deuxième année civile suivant l’année de sa nomination.

5. L’article 4⁵ de l’annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

4. Le siège social des PPC est situé dans la ville d’Ottawa, dans la province d’Ontario.

6. L’article 5 de l’annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

5. Les définitions qui suivent s’appliquent à la présente partie.

« commercialisation » En ce qui concerne le poulet, la commercialisation inclut la vente et la mise en vente, l’achat, la fixation des prix, l’assemblage, l’emballage, la transformation, le transport, l’entreposage et toute autre opération nécessaire au conditionnement du poulet ou à son offre en un lieu et à un moment donnés pour achat en vue de consommation ou d’utilisation. (*marketing*)

« contingent »

a) Dans le cas d’un territoire non signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids éviscéré, qu’une personne a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial à destination des provinces signataires au cours d’une période;

b) dans le cas d’une province signataire, le nombre de kilogrammes de poulet, exprimé en poids vif, qu’un producteur a le droit de commercialiser sur le marché interprovincial ou d’exportation au cours d’une période. (*quota*)

⁵ SOR/84-808

⁵ DORS/84-808

(j) Newfoundland, Newfoundland Agricultural Products Marketing Board; (*Régie*)

“marketing”, in relation to chicken, includes selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and any other act necessary to prepare the chicken in a form, or to make it available at a place and time, for purchase for consumption or use; (*commercialisation*)

“Operating Agreement” means Schedule B to the Federal-Provincial Agreement for Chicken, as amended from time to time; (*entente opérationnelle*)

“quota” means

(a) in respect of a non-signatory territory, the number of kilograms of chicken, expressed in eviscerated weight, that a person is entitled to market in interprovincial trade into the signatory provinces during a period, and

(b) in respect of a signatory province, the number of kilograms of chicken, expressed in live weight, that a producer is entitled to market in interprovincial or export trade during a period; (*contingent*)

“quota system” means the system established by CFC by which

(a) in respect of a non-signatory territory, CFC allots quotas to persons in the non-signatory territory, and

(b) in respect of a signatory province, the appropriate Board or Commodity Board allots quotas to producers of that province on behalf of CFC, thus allowing CFC, in respect of a non-signatory territory, or a Board or Commodity Board, in respect of the signatory provinces, to fix and determine the quantity, if any, in which chicken of any variety, class or grade may be marketed in interprovincial or export trade. (*contingentement*)

7. The heading before section 6 of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

Establishment of a Quota System

8. Subsections 6(2) to (6)³ of the schedule to the Proclamation are replaced by the following:

(2) CFC may, by order or regulation, establish a quota system for one or more non-signatory territories allowing CFC to fix and allot quotas to any person in a non-signatory territory engaged in the interprovincial marketing of chicken and to determine, for the purposes of orderly marketing, the quantity of chicken produced in a non-signatory territory that may be marketed into the signatory provinces, and the conditions under which it may be so marketed.

(3) CFC may reduce or may refuse to allot, for subsequent periods and in any manner and to any extent that it considers appropriate, the quota of a producer who has produced and marketed chicken in excess of a quota previously allotted to that person.

(4) In establishing a quota system in accordance with subsection (1), CFC shall establish its allocation for each signatory province for a year in such a manner that the aggregate of the numbers following in respect of that province is equal to the

« contingentement » La formule établie par les PPC selon laquelle :

a) dans le cas d'un territoire non signataire, les PPC allouent des contingents aux personnes de ce territoire;

b) dans le cas d'une province signataire, la Régie ou l'Office de commercialisation compétent alloue des contingents aux producteurs de cette province au nom des PPC, ce qui permet aux PPC, en ce qui concerne un territoire non signataire, et à la Régie ou à l'Office de commercialisation, en ce qui concerne une province signataire, de fixer et de déterminer la quantité de poulet de n'importe quelle variété, classe ou qualité, qui peut être commercialisé sur le marché interprovincial ou d'exportation. (*quota system*)

« entente opérationnelle » L'annexe B de l'Accord fédéral-provincial sur le poulet, avec ses modifications successives. (*Operating Agreement*)

« Régie »

a) En Ontario, la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario;

b) au Québec, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec;

c) en Nouvelle-Écosse, le Nova Scotia Natural Products Marketing Council;

d) au Nouveau-Brunswick, la Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick;

e) au Manitoba, le Conseil manitobain de commercialisation des produits naturels;

f) en Colombie-Britannique, le British Columbia Marketing Board;

g) à l'Île-du-Prince-Édouard, le Prince Edward Island Marketing Council;

h) en Saskatchewan, le Saskatchewan Agri-Food Council;

i) en Alberta, le Alberta Agricultural Products Marketing Council;

j) à Terre-Neuve, le Newfoundland Agricultural Products Marketing Board. (*Board*)

7. L'intertitre qui précède l'article 6 de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

Établissement d'un contingentement

8. Les paragraphes 6(2) à (6)³ de l'annexe de la même proclamation sont remplacés par ce qui suit :

(2) Les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, établir un mécanisme de contingentement pour un ou plusieurs territoires non signataires, permettant aux PPC de fixer et d'allouer des contingents aux personnes d'un territoire non signataire qui se livrent à la commercialisation interprovinciale de poulet et de déterminer, aux fins d'une commercialisation ordonnée du poulet, la quantité de poulet produit dans un territoire non signataire pouvant être commercialisé dans les provinces signataires et les conditions de cette commercialisation.

(3) Les PPC peuvent, pour des périodes ultérieures et de la façon et dans la mesure qu'ils jugent appropriées, réduire le contingent d'un producteur qui a produit et commercialisé du poulet au-delà de son contingent ou refuser de lui allouer un contingent.

(4) Les PPC doivent, lors de l'établissement du mécanisme de contingentement établi conformément au paragraphe (1), fixer l'allocation de chaque province signataire, pour une année, de manière que la somme des nombres suivants pour cette province

number of kilograms of chicken set out in the table to subsection (5) for the year in respect of that province:

(a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade in the year, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board,

(b) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the year, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and

(c) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in the year, as authorized other than by quotas.

(5) The number of kilograms of chicken initially established for a year in respect of a signatory province set out in column 1 of the table to this subsection is the number of kilograms set out in column 2.

TABLE

	Column 1	Column 2
Item	Signatory Province	Live Weight in Kilograms
1.	Ontario	137,200,000
2.	Quebec	118,596,000
3.	Nova Scotia	15,075,000
4.	New Brunswick	10,208,000
5.	Manitoba	15,773,000
6.	British Columbia	36,088,000
7.	Prince Edward Island	737,000
8.	Saskatchewan	9,130,000
9.	Alberta	27,053,000
10.	Newfoundland	2,784,000

(6) In establishing a quota system in accordance with subsection (2), CFC shall establish its allocation for each non-signatory territory in such a manner that the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces in a year, under quotas allotted by CFC, equals the average number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory, and marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, in a year, during the five years beginning on January 1, 1986 and ending on December 31, 1990.

(7) Despite subsection (6), CFC may establish the initial and any subsequent allocation to a non-signatory territory for a period other than a year.

9. Sections 7³ and 7.1³ of the schedule to the Proclamation are replaced by the following:

Changes to Quota Allocation

7. (1) Unless the process set out in the Operating Agreement for making changes to quota allocation has been followed, no order or regulation shall be made with respect to the allocation to a signatory province if its effect would be to increase or decrease, to a number that is different on a yearly basis from the number of kilograms of chicken set out in respect of that province in the table to subsection 6(5), the aggregate of

soit égale au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe (5) pour l'année pour cette province :

a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation sur le marché intraprovincial est autorisée au cours de l'année, selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

c) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue au cours de l'année, selon une autorisation autre que par contingents.

(5) Le nombre de kilogrammes de poulet initialement alloué pour une année à une province signataire visée à la colonne 1 du tableau du présent paragraphe est le nombre visé à la colonne 2.

TABLEAU

	Colonne 1	Colonne 2
Article	Province signataire	Poids vif en kilogrammes
1.	Ontario	137 200 000
2.	Québec	118 596 000
3.	Nouvelle-Écosse	15 075 000
4.	Nouveau-Brunswick	10 208 000
5.	Manitoba	15 773 000
6.	Colombie-Britannique	36 088 000
7.	Île-du-Prince-Édouard	737 000
8.	Saskatchewan	9 130 000
9.	Alberta	27 053 000
10.	Terre-Neuve	2 784 000

(6) Lors de l'établissement du mécanisme de contingentement conformément au paragraphe (2), les PPC fixent l'allocation de chaque territoire non signataire de manière que le nombre de kilogrammes de poulet produit dans le territoire non signataire et dont la commercialisation est autorisée au cours d'une année sur le marché interprovincial dans les provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, soit égal au nombre moyen de kilogrammes de poulet produit dans une année dans le territoire non signataire et commercialisé sur le marché interprovincial dans les provinces signataires, au cours des cinq années commençant le 1^{er} janvier 1986 et se terminant le 31 décembre 1990.

(7) Malgré le paragraphe (6), les PPC peuvent établir l'allocation initiale et les allocations ultérieures d'un territoire non signataire pour une période autre qu'annuelle.

9. Les articles 7³ et 7.1³ de l'annexe de la même proclamation sont remplacés par ce qui suit :

Modification de l'allocation des contingents

7. (1) À moins que le processus établi dans l'entente opérationnelle pour modifier l'allocation des contingents n'ait été suivi, il ne peut être pris aucune ordonnance ni aucun règlement relativement à l'allocation d'une province signataire qui aurait pour effet de faire passer la somme des nombres ci-après à un nombre supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au tableau du paragraphe 6(5) pour cette province :

(a) the number of kilograms of chicken produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade, under quotas allotted on behalf of CFC by the appropriate Board or Commodity Board, and to be marketed in intraprovincial trade, under quotas allotted by the appropriate Board or Commodity Board, and

(b) the number of kilograms of chicken produced in the province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade as authorized other than by quotas.

(2) Despite subsection (1) and section 6, subsequent to the initial allocation made in accordance with section 6, CFC may allocate quotas to a signatory province for a period other than a year.

(3) No order or regulation shall be made with respect to a non-signatory territory if its effect would be to increase or decrease the number of kilograms of chicken produced in the non-signatory territory and authorized to be marketed in interprovincial trade into the signatory provinces, under quotas allotted by CFC, to a number that is different on a yearly basis, from the number of kilograms of chicken referred to in subsection 6(6), unless the increase or decrease is in the same proportion as the average increase or decrease in an order or regulation made by CFC with respect to the signatory provinces in accordance with this section.

10. The portion of section 8 of the schedule to the Proclamation before paragraph (a) is replaced by the following:

8. The quota allocation for a signatory province or a non-signatory territory

11. Section 9 of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

9. If a delegation is made under subsection 22(3) of the Act, CFC shall, by order, prescribe the function that is to be performed on behalf of CFC and the limitations, if any, imposed on the Board or Commodity Board in the exercise of that function.

12. (1) Subsection 11(1)³ of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

11. (1) CFC shall, with respect to the signatory provinces, and may, with respect to a non-signatory territory, by order or regulation, establish a system for the licensing of persons who are engaged in the marketing of chicken in interprovincial or export trade, and the system may provide for the payment to CFC of fees in respect of each licence issued and for the prohibition of predatory marketing practices.

(2) Paragraph 11(2)(b) of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

(b) the conditions under which the marketing of chicken may take place in interprovincial or export trade.

13. (1) Subsection 12(1)³ of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

12. (1) CFC may, with respect to the signatory provinces, by order or regulation, impose levies or charges on persons engaged in the production or marketing of chicken and any such order or

a) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et pouvant être commercialisé sur les marchés interprovincial et d'exportation selon les contingents alloués au nom des PPC par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent, et sur le marché intraprovincial selon les contingents alloués par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent;

b) le nombre de kilogrammes de poulet produit dans la province et dont la commercialisation est prévue sur les marchés intraprovincial, interprovincial et d'exportation, selon une autorisation autre que par contingents.

(2) Malgré le paragraphe (1) et l'article 6, à la suite d'une allocation initiale faite conformément à l'article 6, les PPC peuvent allouer des contingents à une province signataire pour une période autre qu'annuelle.

(3) Il ne peut être prise aucune ordonnance ni aucun règlement relativement à un territoire non signataire qui aurait pour effet de faire passer le nombre de kilogrammes de poulet produit dans ce territoire non signataire et pouvant être commercialisé sur le marché interprovincial à destination des provinces signataires, selon les contingents alloués par les PPC, à un nombre qui est supérieur ou inférieur, sur une base annuelle, au nombre de kilogrammes de poulet visé au paragraphe 6(6) à moins que l'augmentation ou la diminution de ce nombre ne soit proportionnelle à l'augmentation ou à la diminution moyenne pour l'ensemble des provinces signataires suite à une ordonnance ou un règlement pris par les PPC conformément au présent article.

10. Le passage de l'article 8 de l'annexe de la même proclamation précédant l'alinéa a) est remplacé par ce qui suit :

8. L'allocation de contingents à une province signataire ou à un territoire non signataire :

11. L'article 9 de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

9. S'il y a délégation de pouvoirs conformément au paragraphe 22(3) de la Loi, les PPC prescrivent, par ordonnance, la fonction qui doit être exercée en leur nom et, s'il y a lieu, les limites imposées à la Régie ou à l'Office de commercialisation dans l'exercice de cette fonction.

12. (1) Le paragraphe 11(1)³ de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

11. (1) Les PPC doivent, dans le cas des provinces signataires et peuvent, dans le cas d'un territoire non signataire, établir, par ordonnance ou règlement, un mécanisme d'attribution de permis aux personnes qui se livrent à la commercialisation du poulet sur le marché interprovincial ou d'exportation, lequel mécanisme peut prévoir le paiement des droits aux PPC pour chaque permis délivré de même que l'interdiction des pratiques de commercialisation abusives.

(2) L'alinéa 11(2)(b) de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

b) des conditions selon lesquelles la commercialisation du poulet pourrait se faire sur le marché interprovincial ou d'exportation.

13. (1) Le paragraphe 12(1)³ de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

12. (1) En ce qui concerne les provinces signataires, les PPC peuvent, par ordonnance ou règlement, imposer des redevances ou frais aux personnes qui se livrent à la production ou à la

regulation may classify such persons into groups and specify the levies or charges payable by members of each such group and provide for the manner of their collection.

(2) Subsection 12(3) of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

(3) CFC, in estimating its administrative and marketing expenses and costs for a year, may allow for the creation of reserves, the payment of expenses and losses resulting from the sale or disposal of chicken, as CFC considers appropriate, and any other expenses and costs deemed essential by CFC for the realization of its objects.

14. The schedule to the Proclamation is amended by adding the following after section 12:

Debts Payable to CFC

12.1 Licence fees, levies or charges prescribed by orders and regulations of CFC become debts payable to CFC at the time prescribed in the orders or regulations.

15. Section 13³ of the schedule to the Proclamation is replaced by the following:

13. With respect to chicken produced in a signatory province and to chicken produced in a non-signatory territory and shipped into a signatory province in interprovincial trade and not for export, CFC shall exercise its powers in such a manner as to preclude any person from selling chicken in a signatory province, other than the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced, at a price that is less than the aggregate of

(a) the price charged at or about the same time by the trade for similar sales of chicken of an equivalent variety, class or grade in the signatory province or non-signatory territory in which the chicken is produced, and

(b) any reasonable transportation charges for shipping that chicken to the place where it is marketed.

16. The schedule to the Proclamation is amended by replacing “The Agency”, “the agency” and “the Agency” with “CFC” wherever they occur in the following provisions:

- (a) subsection 2(5);
- (b) section 3;
- (c) subsection 6(1);
- (d) section 10;
- (e) subsection 11(2);
- (f) subsection 12(2);
- (g) subsection 12(4); and
- (h) sections 14 and 15.

**REGULATORY IMPACT
ANALYSIS STATEMENT**

(This statement is not part of the Proclamation.)

Description

The Chicken Farmers of Canada (CFC) Proclamation, made under the *Farm Products Agencies Act*, establishes the membership of the CFC, provides for the manner and term of

commercialisation du poulet, répartir ces personnes en groupes et déterminer les redevances ou frais à payer par les membres de chacun de ces groupes, ainsi que prévoir le mode de perception des redevances ou frais.

(2) Le paragraphe 12(3) de l'annexe de la même proclamation est remplacé par ce qui suit :

(3) Lorsque les PPC établissent le montant estimatif de leurs frais d'administration et de commercialisation pour une année, ils peuvent tenir compte de la constitution de fonds de réserve, du paiement des dépenses et des pertes résultant de la vente ou de l'écoulement du poulet, selon ce que les PPC jugent approprié et de tous autres frais et dépenses que les PPC jugent essentiels à la poursuite de leur mission.

14. L'annexe de la même proclamation est modifiée par adjonction, après l'article 12, de ce qui suit :

Dettes à payer aux PPC

12.1 Les droits d'attribution de permis, les redevances ou les frais prévus par ordonnance ou règlement des PPC deviennent des dettes à payer aux PPC aux moments prescrits par ordonnance ou règlement.

15. L'article 13³ de l'annexe de même proclamation est remplacé par ce qui suit :

13. En ce qui concerne le poulet produit dans une province signataire et celui produit dans un territoire non signataire et expédié dans une province signataire sur le marché interprovincial et non pour l'exportation, les PPC doivent exercer leurs pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre du poulet dans une province signataire autre que la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit, à un prix qui est inférieur à la somme :

a) du prix demandé à la même époque — ou à environ à la même époque — dans le commerce pour le poulet de type, classe ou catégorie équivalent vendu dans la province signataire ou le territoire non signataire où le poulet est produit;

b) du montant des frais de transport raisonnables du poulet vers le lieu où il est commercialisé.

16. Dans les passages suivants de l'annexe de la même proclamation, « Office » est remplacé par « PPC », sauf dans l'expression « Office de commercialisation », avec les adaptations nécessaires :

- a) le paragraphe 2(5);
- b) l'article 3;
- c) le paragraphe 6(1);
- d) l'article 10;
- e) le paragraphe 11(2);
- f) le paragraphe 12(2);
- g) le paragraphe 12(4);
- h) les articles 14 et 15.

**RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE D'IMPACT
DE LA RÉGLEMENTATION**

(Ce résumé ne fait pas partie de la proclamation.)

Description

La proclamation des Producteurs de poulet du Canada (PPC), prise en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, énonce quels sont les membres des PPC, établit le mode de

appointments to its board of directors (Part I) and specifies the terms of the marketing plan that the CFC is empowered to implement (Part II).

The amendments to Part I of the Proclamation will allow the British Columbia Chicken Marketing Board to become a member of the CFC. All ten provinces would then be members of the CFC. As well, the CFC may exercise its powers in relation to chicken and any part of a chicken, live or in processed form, produced in Canada and marketed in interprovincial or export trade. The Northwest Territories, the Yukon Territory, and Nunavut have not expressed interest in becoming members of the CFC as there is virtually no chicken production in these areas.

Amendments to Part II of the Proclamation provide for the CFC to implement and administer a revised quota allocation system which is set out in greater detail in Schedule B of the Federal-Provincial Agreement for Chicken. These amendments will provide the necessary legal framework for a bottom-up approach to quota allocation and will introduce a degree of flexibility to allow the CFC to respond to changing market conditions while at the same time establishing safeguards to ensure changes in production levels are implemented in an orderly manner. Under the system specified in the existing Proclamation, allocation of quota to provinces is based on traditional market shares, and any increase to that number is made through the application of a number of weighted criteria. This system has proven to be too rigid and inflexible to allow for any significant growth in production by any one province.

The Proclamation in Schedule A to the Federal-Provincial Agreement for Chicken and in general terms, sets out how the CFC can exercise its powers to implement the terms of its marketing plan. Schedule B, the Operating Agreement, prescribes in greater detail how the CFC will operate its quota, levy and licensing systems. The Federal-Provincial Agreement, itself, sets out the responsibilities of the partners in the system, i.e., federal and provincial Ministers, provincial supervisory boards, the provincial commodity boards and the CFC.

Alternatives

No alternatives have been considered and no alternative method exists which would allow the British Columbia Chicken Marketing Board to become a member of the CFC. Likewise, no alternative method exists which would authorize the CFC to implement and administer a quota allocation system other than that specified in Part II of the Proclamation.

Benefits and Costs

Adding British Columbia to the CFC will allow, on a national basis, for greater price and production stability in the industry, foster greater orderly marketing of the regulated product and provide for a stable base for economic growth and development in British Columbia's chicken industry. Improvements to CFC's quota allocation system will enhance the CFC's ability to address changing market conditions on a provincial basis, introduce much needed flexibility into the system and provide stability nationally for industry expansion.

nomination des administrateurs de cet office (partie I) et précise les conditions du plan de commercialisation que les PPC sont habilités à appliquer (partie II).

Les modifications apportées à la partie I de la proclamation permettront à l'Office de commercialisation de la Colombie-Britannique (British Columbia Chicken Marketing Board) d'adhérer aux PPC. Ainsi, les dix provinces seront membres des PPC. En outre, les PPC peuvent exercer leurs pouvoirs relativement au poulet ainsi qu'à toute partie du poulet, tant vif que transformé, produit au Canada et commercialisé sur les marchés interprovincial ou d'exportation. Les Territoires du Nord-Ouest, le Yukon et le Nunavut n'ont exprimé aucun intérêt à devenir membres des PPC car la production de poulet y est virtuellement inexistante.

Les modifications apportées à la partie II de la proclamation permettent aux PPC de mettre en application et d'administrer un régime révisé d'attribution des contingents, qui est expliqué de façon plus détaillée à l'annexe B de l'Accord fédéral-provincial du poulet. Ces modifications établissent le cadre juridique nécessaire à l'utilisation d'une méthode ascendante d'attribution des contingents et accordent aux PPC une certaine mesure de souplesse pour qu'ils puissent réagir aux conditions changeantes du marché tout en introduisant des dispositions de sauvegarde assurant que les changements aux niveaux de production sont apportés de façon méthodique. En vertu du système énoncé dans la proclamation existante, l'attribution du contingent entre les provinces est fondée sur les parts du marché durant une période prescrite, tout accroissement de ce contingent étant réparti selon un certain nombre de critères pondérés. Ce système s'est révélé trop rigide et inflexible pour qu'il puisse y avoir une croissance sensible de la production dans quelque province.

La proclamation jointe (annexe A) à l'Accord fédéral-provincial du poulet énonce les modalités générales selon lesquelles les PPC peuvent exercer leurs pouvoirs de mise en oeuvre de leur plan de commercialisation. L'annexe B, qui est l'Entente opérationnelle, prescrit de façon plus détaillée comment les PPC doivent administrer leurs régimes de contingentement, de prélèvement et d'octroi de permis. C'est l'Accord fédéral-provincial lui-même qui énonce les responsabilités des partenaires dans le système, c.-à-d., les ministres fédéral et provinciaux, les régies provinciales, les offices provinciaux de commercialisation et les PPC.

Solutions envisagées

Aucune autre option n'a été considérée et aucune autre méthode ne permettrait à l'Office de la Colombie-Britannique (British Columbia Chicken Marketing Board) d'adhérer aux PPC. De même, il n'existe aucune autre méthode pour autoriser les PPC à mettre en oeuvre et à administrer un système d'attribution des contingents distincts de celui qui est décrit à la partie II de la proclamation.

Avantages et coûts

L'adhésion de la Colombie-Britannique aux PPC stabilisera davantage les prix et la production à l'échelle nationale dans l'industrie, favorisera la commercialisation méthodique du produit réglementé et établira une solide base pour la croissance économique et le développement de l'industrie du poulet en Colombie-Britannique. Les améliorations apportées au système d'attribution des contingents des PPC amélioreront la capacité des PPC à répondre aux conditions changeantes du marché à l'échelle provinciale, apporteront une souplesse vraiment nécessaire dans le système et renforceront à l'échelle nationale la stabilité que requiert l'expansion de l'industrie.

The expenses incurred to operate provincial and national orderly marketing systems are borne by primary producers. The expenses for an additional member to attend CFC board of directors' meetings will be paid from the operating budget of the CFC. This action will not result in any costs to the Government of Canada.

Consultation

In July 1998, the Federal, Provincial and Territorial Ministers of Agriculture directed the CFC to revise the Federal-Provincial Agreement for Chicken to reflect the more market responsive and flexible quota system which had been developed by the chicken industry. Consultation on this initiative by the CFC has been extensive. Downstream industry stakeholders, i.e., Canadian Egg and Poultry Processors Council, Further Poultry Processors Association of Canada, Canadian Restaurant and Foodservice Association, contributed significantly in the development of a revised quota system and all favour the proposed Proclamation amendments.

Federal and Provincial Ministers of Agriculture (including Ministers of Intergovernmental Affairs from Quebec and Newfoundland and Labrador) have signed a renewed Federal-Provincial Agreement for Chicken which included, as a Schedule, the CFC's Proclamation incorporating the proposal amendments. Subsequently, all provincial supervisory boards and producer chicken boards signed the Agreement. By doing so, these organizations signalled their support for the changes to the Proclamation.

The Proclamation was pre-published in the *Canada Gazette*, Part I, on October 6, 2001. No comments were received.

Compliance and Enforcement

Following amendments to its Proclamation, the CFC can apply its regulations governing the marketing of the regulated product in interprovincial and export trade to British Columbia. As well, the amendments establish a strong legal foundation for the bottom-up approach to quota allocation which will be reflected in the CFC's quota regulations. These Regulations must be approved by the National Farm Products Council (the federal government supervisory body) before they can be enacted. The Council is responsible for monitoring the CFC's operations and advising the Minister of Agriculture and Agri-Food.

Contact

Carola McWade
Deputy Executive Director and Registrar
National Farm Products Council
Canada Building, 10th Floor
344 Slater Street
Ottawa, Ontario
K1R 7Y3
Telephone: (613) 995-9697
FAX: (613) 995-2097
E-mail: mcwadec@em.agr.ca

Les dépenses engagées pour l'exploitation des régimes provinciaux et national de commercialisation méthodique incombent aux producteurs primaires. Les dépenses d'un administrateur supplémentaire aux réunions du conseil d'administration des PPC devront être prévues dans le budget de fonctionnement des PPC. Toutefois, cette augmentation des dépenses n'affectera aucunement le budget du gouvernement canadien.

Consultations

En juillet 1998, les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux de l'Agriculture ont signifié aux PPC que l'industrie du poulet devait réviser son Accord fédéral-provincial pour rendre son régime de contingentement plus souple et capable de mieux réagir à l'évolution du marché. Le processus de consultation tenu en la matière par les PPC a été très étendu. Les intervenants de l'industrie en aval, c.-à-d., le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles, l'Association canadienne des sur-transformateurs de volailles et l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires, ont considérablement contribué à l'élaboration d'un régime révisé de contingentement et favorisent à l'unanimité les modifications proposées à la proclamation.

Les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture (ainsi que les ministres des Affaires intergouvernementales du Québec et de Terre-Neuve et du Labrador) ont signé l'Accord fédéral-provincial renouvelé du poulet, ce qui comprend en annexe la proclamation des PPC qui incorpore elle-même les modifications proposées. Par la suite, toutes les régies provinciales et tous les offices de producteurs de poulet ont signé l'Accord. Ces organisations ont donc signifié leur soutien à l'égard des changements à la proclamation.

La proclamation a été publiée au préalable dans la *Gazette du Canada* Partie I le 6 octobre 2001 et aucun commentaire n'a été reçu.

Respect et exécution

Suite aux modifications apportées à leur proclamation, les PPC peuvent appliquer en Colombie-Britannique leurs ordonnances et règlements régissant la commercialisation du produit réglementé sur les marchés interprovincial et d'exportation. En outre, les modifications assurent une solide assise à la méthode ascendante d'établissement des contingents, ce qui aidera les PPC dans la prise de leurs règlements. Ces règlements doivent être approuvés par le Conseil national des produits agricoles (l'organe fédéral de supervision) avant leur application. Il incombe au Conseil d'effectuer le suivi des activités des PPC et de conseiller le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

Personne-ressource

Carola McWade
Directrice exécutive et greffier
Conseil national des produits agricoles
Immeuble Canada, 10^e étage
344, rue Slater
Ottawa (Ontario)
K1R 7Y3
Téléphone : (613) 995-9697
TÉLÉCOPIEUR : (613) 995-2097
Courriel : mcwadec@em.agr.ca

Notes for Remarks by

The Farm Products Council of Canada

To Chicken Farmers of Canada's
2013 Annual General Meeting

(Check against delivery)

Good (morning/afternoon) everyone. I want to thank you for this opportunity to update you on the Farm Products Council of Canada and our challenges for 2013.

Today, I'm going to cover 2 main topics.

First, I will clarify what is the role and mandate of the Farm Products Council of Canada and what it means to you, producers of regulated farms products.

Then, I will discuss the issues facing your industry and what FPCC plans to do to help your leaders finding solutions.

But one thing that is clear to me: **STATUS QUO IS NOT AN OPTION!**

Council's specific role is to provide oversight of the national supply management agencies for poultry and eggs, as well as to supervise national promotion and research agencies.

The Council is responsible for the Farm Products Agencies Act and we also administer the Agricultural Products Marketing Act, also known as the APMA. The APMA allows the federal government to delegate its authority over interprovincial and export trade to provincial commodity boards on a wide range of farm products.

Both Council and the national supply management agencies were created under the Farm Product Agencies Act.

Our overarching responsibility under this Act is to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry and to have due regard to the interests of producers, processors and consumers.

Ultimately, marketing agencies have been granted significant amount of power through the Act to accomplish their objectives.

As well, Council's responsibilities are extensive and, besides approving quota and levies orders, it has to review the operation of agencies to ensure that they carry them in accordance to their objectives.

In carrying out these responsibilities, I work closely with heads of provincial supervisory boards across the country and engage our provincial government counterparts in advancing the supply managed sectors and their issues.

Every year, the Minister provides a written mandate to Council's Chairman which directs the work to be done and his expectations for Council. The most recent letter was received in December 2012 and has many items listed.

Some of them are general in nature and concern all national agencies, while others are commodity specific.

One general topic includes our continued work in maintaining efficient and competitive supply-managed industries through proper allocation setting mechanisms and cost of production models.

Another is for Council to ensure that agencies reporting to Canadians are as transparent as possible. As such, we will be reviewing agencies' annual reporting practices and bring forward recommendations to the Minister on how these practices could be improved.

I think I can safely say that the intent of Alberta to withdraw from the Federal-Provincial Agreement for Chicken and the related discussion on comparative advantage is a sign that there are some issues in the allocation process.

We appreciate how difficult these discussions are for many provinces. However, the pressure to arrive at a solution is immense as a few provinces have clearly indicated that for them the status quo is also no longer an option.

In my mandate letter, the Minister requested that Council work with chicken industry stakeholders, including supervisory agencies, to develop guidelines on how comparative advantage can be considered in quota allocation. We know that a significant amount of work has already been done to reach an agreement and it is not our intention to undo this work or begin to actively consult on this issue while CFC and the provincial boards are trying to resolve differential growth. We, as you, no doubt would prefer that CFC and the provincial boards arrive at an internal solution.

On the other hand, the Council has been asked to ensure that the Guidelines we have developed and approved last December are taken into account by each of the national agency when they set their allocations. This has been a long-standing issue and the Minister is counting on Council's leadership to achieve positive progress. Given today's environment with many in the press questioning why the Federal government still supports supply management; it is important that we work together to improve all aspects of the system and demonstrate that supply management is still a policy that is coherent with the public interest.

As has been said by many speakers over the years in the history of supply management, it is not a right but a privilege and producers must be responsible, accountable and transparent to continue to have the support of Canadians.

CFC is in a challenging position: they must supply Canadian consumers with an adequate quantity of chicken grown in Canada at reasonable prices. At the same time they must ensure a healthy chicken industry from the producers through to retailers.

One possible way of increasing the supply to the chicken market is developing an allocation model for the specialty markets. Currently, some of the chicken specialty markets are being supplied through CFC's allocation process. A separate allocation for the specialty markets could free up kilograms of mainstream chicken each year to supply the domestic market.

As many of you are aware, Council is currently in the process of conducting two public hearings: one for a pullet agency, they are requesting a marketing agency, similar in powers to the egg, turkey, chicken and broiler hatching egg agencies and the second, a promotion and research agency for raspberries.

Council believes that a promotion and research agency for the chicken sector would be beneficial to the industry as the additional revenue collected could be put to good use in promoting chicken consumption or for conducting on-farm research. As such, we will aid, were possible, if CFC decides to pursue the establishment of a promotion and research agency.

Conclusion

I look forward to working with the CFC as I progress through the issues identified in my mandate letter. As you have, no doubt, gathered the underlying theme of my mandate for the coming months that is **STATUS QUO IS NOT AN OPTION!** We must make this system more efficient, accountable and transparent.

FPCC will continue to act as a leader in supporting national agencies and stakeholders in the administration of the supply management system.

Your support and cooperation is essential to move supply management forward.

To paraphrase President Kennedy from 1966 – there is a Chinese curse which says "May he live in interesting times." Like it or not, we live in interesting times. They are times of uncertainty; but they can also be the most creative of any time in the history of CFC.

On behalf of my colleagues, I thank you again for giving me the opportunity to meet and speak with you today.

We sincerely look forward in working with your organization and all stakeholders during the challenging months to come.

Thank you.

IN THE MATTER OF THE
NATURAL PRODUCTS MARKETING (BC) ACT
AND AN APPEAL FROM A DECISION OF THE BRITISH COLUMBIA CHICKEN
MARKETING BOARD CONCERNING THE CHICKEN BOARD'S FUNDING OF THE
BRITISH COLUMBIA CHICKEN GROWERS' ASSOCIATION

BETWEEN:

RAINBOW POULTRY LTD.,
STAM'S EGG & POULTRY LTD. AND
V&H JOINT VENTURE

APPELLANTS

AND:

BRITISH COLUMBIA CHICKEN MARKETING BOARD

RESPONDENT

AND:

BRITISH COLUMBIA CHICKEN GROWERS' ASSOCIATION
BRITISH COLUMBIA POULTRY ASSOCIATION
BRITISH COLUMBIA DAIRY ASSOCIATION

INTERVENERS

DECISION

APPEARANCES:

For the British Columbia
Farm Industry Review Board

Suzanne K. Wiltshire, Presiding Member
Diane Fillmore, Member
Andreas Dolberg, Member

For the Appellants

Wendy A. Baker, Q.C., Counsel

For the Respondent

John J. L. Hunter, Q.C., and Claire E. Hunter, Counsel

For the Interveners
BC Chicken Growers' Association

Paul D. McLean, Counsel

BC Poultry Association

Allen James, Director

BC Dairy Association

Dave Eto, Executive Director

Date of Hearing
Place of Hearing

November 16, 2012
Abbotsford, British Columbia

INTRODUCTION

1. The BC Chicken Growers' Association (Association) is incorporated under the *Society Act* with a mandate to unite the 330 provincially registered chicken growers for the betterment of the industry. The Association receives funding from the British Columbia Chicken Marketing Board (Chicken Board); this funding is the subject of this appeal.
2. All licensed chicken growers are obliged to pay a levy of 1.60 cents per kilogram live weight on chicken grown in the province, which accounts for most of the Chicken Board's annual revenue. In 2011, approximately 60% of these levy funds were used by the Chicken Board in its operations, 27% were remitted to the national agency (Chicken Farmers of Canada) for services provided and 13% (just under \$400,000) were allocated to fund activities of the Association.
3. The appellants are three chicken growers (Rainbow Poultry Ltd., Stam's Egg & Poultry Ltd. and V&H Joint Venture) that supply Farm Fed, a poultry processing company located in Abbotsford that is a division of K&R Poultry Ltd. Ken Huttema and Rob Vane are principals, either independently or jointly, in the three appellants and K&R Poultry.
4. On October 11, 2011, Mr. Huttema and Mr. Vane wrote to the Association advising that the three growers would no longer be members as they did not believe that the Association looked after the interests of all members or respected the processes of the Chicken Board. In their view, the three growers got no benefit or support from the Association's annual budget of \$400,000.
5. The Association, in its November 19, 2011 response, offered to meet and discuss grower related issues but stated regardless of the three growers' participation, they would still be required to pay the Chicken Board levy which, in part, funds the Association. In a March 30, 2012 letter from counsel for the Association, the three growers were encouraged to participate in the Association and to meet and discuss any grower related issues. Counsel for the Association also advised that as the Association is not a private society but an industry association funded by statutory authority, the growers could not simply elect to leave the Association and remain on the Chicken Board register of growers.
6. On February 22, 2012, counsel for the appellants notified the Chicken Board that the three growers had withdrawn from the Association and requested that their levies not be used to fund the activities of the Association.
7. On May 15, 2012, the Chicken Board responded to the request, indicating that as levies collected from growers are pooled and spent by the Chicken Board consistent with the *Natural Products Marketing (BC) Act*, R.S.B.C. 1996, c. 330 (*Act*) and the *British Columbia*

Chicken Marketing Scheme, 1961 (Scheme), the Chicken Board would not be complying with the request.

8. On May 29, 2012, counsel for the appellants requested particulars from the Chicken Board regarding which expenses of the Association are incurred with the authority of the Chicken Board in carrying out the purposes of the *Scheme*, how those expenses are authorized and what accounting is received by the Chicken Board to justify the expenses. The letter requested that until this information was provided, no levies collected from the appellants be disbursed to the Association.
9. Counsel for the Chicken Board responded on June 6, 2012, indicating that the levies collected by the Chicken Board are spent consistent with the *Act* and *Scheme* and as levies are not segregated by grower, the Chicken Board could not provide assurance that levies collected from the appellants have not been disbursed to the Association.
10. On June 14, 2012, counsel for the appellants again requested information from the Chicken Board¹:
 - 1) Will the Board provide ...the following information:
 - details as to which expenses of the BCCGA are incurred with the authority of the Board in carrying out the purposes of the *Scheme*,
 - details as to how those expenses are authorized by the Board,
 - copies of all decisions of the Board in relation to payment of the BCCGA's expenses over the last 4 years,
 - copies of written authorizations for payment of the BCCGA's expenses over the past two years,
 - details as to the accounting received by the Board to justify the expenses of the BCCGA,
 - copies of all accounting documents, including receipts, statements and other such documents, upon which reimbursements to the BCCGA have been made over the past four years, and
 - any other documents not expressly referred to above which relate in any way to decisions of the Board to pay the BCCGA's expenses, or to payment of the Association's expenses?
 - 2) Will the Chicken Board continue to fund the BCCGA in 2012 on the same basis that it funded the Association in previous years?
11. The Chicken Board responded to these requests on July 4, 2012. It did not provide the detailed information requested but did provide certain additional information about its process in approving funds paid to the Association and referenced the authority to collect and spend levies found in s. 11(1)(o) of the *Act* and s. 4.01(p) of the *Scheme*. The Chicken

¹ The appellants' counsel completed a Form A Application for Board Decision or Determination (Schedule 14 of Part 55.1 in the Chicken Board General Orders)

Board indicated that the Association served an important function in working on behalf of growers and the industry and set out a list of Association activities which, in its view, would have to be staffed by Chicken Board nominees if they were not undertaken by the Association. The list of activities included participation at regional grower meetings and educational activities, representing the industry at events or on government or industry committees, acting as a liaison between growers and processors, providing ongoing verification of WorkSafe clearance status for poultry subcontractors and providing information to industry stakeholders.

12. The three growers took issue with the Chicken Board's July 4, 2012 response and filed an appeal on August 3, 2012 with BCFIRB. They noted the Chicken Board's refusal to produce information on the funding of the Association and opposed the continued funding of the Association until it had been determined that the funding was in strict accordance with the *Scheme*. The appellants' position was that Association activities beyond the scope of the *Scheme* should be funded directly from the Association's membership and not the operating grant from the Chicken Board.
13. The Association was granted full intervener status in the appeal. The appellants applied for an order prohibiting the Association from using funds from the Chicken Board to pay its legal fees and expenses associated with this appeal. In a decision dated October 12, 2013, the panel chair dismissed this application finding that the requested remedy was subsumed in the larger question on appeal and could only be appropriately determined after considering the evidence and argument advanced on hearing the appeal.
14. The BC Poultry Association (BCPA) and the BC Dairy Association (BCDA) were granted limited intervener status to make written and/or oral submissions at the hearing.
15. The appeal was heard on November 16, 2012.

ISSUE

16. Is funding of the Association as currently implemented by the Chicken Board authorized within the scope of the *Scheme*?

LEGISLATIVE FRAMEWORK

17. The applicable legislative framework for the Chicken Board's power to raise and allocate funds is found in the *Act* and the *Scheme*.

18. Section 11 of the *Act* gives the Chicken Board power to set and collect levies:

Powers of boards and commissions

11 (1) Without limiting other provisions of this Act, the Lieutenant Governor in Council may vest in a marketing board or commission any or all of the following powers:

...

(o) to set and collect levies or charges from designated persons engaged in the production or marketing of the whole or part of a regulated product and for that purpose to classify those persons into groups and set the levies or charges payable by the members of the different groups in different amounts, and to use those levies or charges and other money and licence fees received by the marketing board or commission

(i) to carry out the purposes of the scheme,

(ii) to pay the expenses of the marketing board or commission,

(iii) to pay costs and losses incurred in marketing a regulated product,

(iv) to equalize or adjust returns received by producers of regulated products during the periods the marketing board or commission may determine, and

(v) to set aside reserves for the purposes referred to in this paragraph;

...

(v) to require a person who receives a regulated product for marketing from a producer to deduct from the money payable by the person to the producer licence fees, levies or charges payable by the producer to the marketing board or commission and to remit them to the marketing board or commission.
[emphasis added]

19. Section 2.01 of the *Scheme* sets out its purpose:

Purpose of scheme

2.01 The purpose and intent of this scheme is to provide for the effective promotion, control and regulation, in any and all respects and to the extent of the powers of the Province, of the production,

transportation, processing, packing, storage and marketing of the regulated product within the Province, including the prohibition of such transportation, packing, storage and marketing in whole or in part.

20. Section 4.01 of the *Scheme* grants the Chicken Board the powers over raising and allocating funds:

Powers of board

4.01 Subject to section 4.02 (2), the board shall have power within the Province to promote, regulate and control in any and all respects, to the extent of the powers of the Province, the production, transportation, packing, storing and marketing, or any of them, of the regulated product, including the prohibition of such transportation, packing, storing and marketing, or any of them, in whole or in part, and shall have all powers necessary or useful in the exercise of the powers hereinbefore or hereinafter enumerated, and without limiting the generality thereof shall have the following powers:

k) to use any moneys received by the board in carrying out the purposes of the scheme, and in paying the expenses of the board, and in paying to the British Columbia Broiler Growers' Association² any portion or all of the expenses incurred by the said association with the authority of the board in carrying out the purposes of the scheme;

(p) the powers set out in section 11 (1) (o) (i), (ii), (iv) and (v) and (1) (v) of the *Natural Products Marketing (BC) Act*.
[emphasis added]

APPELLANTS' CASE

21. Mr. Vane, a principal with both Stam's Egg & Poultry and V&H, testified that the appellants' farms produce about 350,000 kg per cycle, which is expected to increase to 490,000 kg next year. They paid well over \$30,000 in levies in 2012 which will increase to about \$50,000 in 2013 as a result of expected production increases. Approximately 13% of these levies will be transferred directly to the Association by the Chicken Board, even though the appellants have served notice of their withdrawal from the Association. Mr. Vane was of the view that the Association was not doing him any good; it represents the interests of 80% of growers but does not represent the appellants' interests and is wasteful. He says the Chicken Board should represent the industry and under the current situation the Chicken Board and Association are really one and the same, doubling up on work and costs. It is unreasonable that the Association is funded through levies when the Primary Poultry Processors Association of BC is not.

² The British Columbia Broiler Growers' Association subsequently changed its name to the BC Chicken Growers' Association.

22. In argument, the appellants say that while many of the Association activities identified in the July 2012 Chicken Board letter (paragraph 11 above) are beneficial to the industry, they are not “required” for the purposes of the *Scheme* and serve only the interests of growers. These activities should not be funded by the Chicken Board through grower levies but rather through funds collected directly from the Association’s members.
23. The appellants argue that the Chicken Board’s power to allocate funds to the Association is limited by the *Scheme* and the requirement in the *Act* that the funds be used “to carry out the purposes of the scheme” (s. 11(1)(o)(i)). This power cannot be read so broadly as to allow the Chicken Board to fund in whole all the expenses incurred by the Association. Further, s. 4.01(k) of the *Scheme* grants the Chicken Board the power to pay any or all of the expenses of the Association, but this power is restricted to expenses incurred in “carrying out the purposes of the scheme”.
24. The appellants argue that s. 4.01(k) is not a blanket power to fund all of the Association’s expenses without careful review by the Chicken Board as to which of those expenses are actually required by the *Scheme*. The appellants disagree with the Chicken Board’s and Association’s positions that the *Scheme* permits 100% of the Association’s expenses to be funded. To the extent the Chicken Board is funding expenses not expressly tied to the purposes of the *Scheme*, it is acting outside its powers.
25. The appellants further argue that in exercising its broad powers, the Chicken Board is accountable to BCFIRB as its supervisory body, to the members of the industry and the general public by way of appeals to BCFIRB, and to the general public itself. The Chicken Board is funded almost entirely through mandatory grower levies and there is a greater requirement for accountability in the expenditure of “public”³ monies than in the spending of private monies. The heightened accountability expected of the Chicken Board as a public body does not apply to the Association. Under the current budgetary system, the Association is not accountable in any meaningful way to the Chicken Board and it is not accountable to BCFIRB at all.
26. The appellants argue that the use of public money in funding the expenses of the Association can only be justified if there are reasonable accountability measures in place to ensure that the Chicken Board has meaningfully and appropriately considered the expenses and authorized them as “necessary for the implementation of the *Scheme*”. The appellants say that if the activity is not “necessary for the implementation of the *Scheme*” it should not be funded.

³ We take the use of public here to mean monies collected using legislated power to levy chicken growers.

27. The appellants identified the following as examples of Association expenses that duplicate Chicken Board expenses, are incurred solely to advance the interests of growers, and are not “necessary for the implementation of the *Scheme*”:
- 1) Legal expenses – the Chicken Board is capable of defending and advancing the purposes of the *Scheme* in proceedings. It is not necessary for the purposes of the *Scheme* for the Chicken Board to fund the Association’s legal expenses to duplicate Chicken Board legal work or advance adverse legal positions.
 - 2) Travel and entertainment – travel to and attendance at meetings where the Chicken Board is already represented or which are not necessary to advance the purposes of the *Scheme*.
 - 3) Biosecurity and animal care program – these are duplicative as the Chicken Board already deals with these issues on behalf of the industry.
 - 4) Training in relation to lobbying – query raised as to whether this was to learn how to lobby government against processors.
 - 5) Negotiation of price premium – to advance interests of growers rather than industry as a whole and not necessary for purposes of the *Scheme*.
 - 6) Funding of secondary organizations – the Association does not have power under the *Scheme* to allocate public monies to secondary organizations such as the BC Sustainable Poultry Farming Group or the BC Poultry Association.
 - 7) Payment of all daily rates for directors – per diems paid with public monies must be restricted to activities necessary for the purposes of the *Scheme* where Chicken Board members are not in attendance.
28. The appellants argue that establishing measures whereby the Chicken Board would only approve certain activities would increase the Association’s accountability. With voluntary membership and direct receipt of revenue from members for those activities not approved by the Chicken Board, the Association would have an increased incentive to control costs and operate efficiently in order to satisfy its members that their money was well spent. The appellants argue that such discipline is currently absent as the Association receives all its funding from the Chicken Board whether or not Association members agree with the expenditures.
29. On the issue of the meaning of the phrase “incurred for the purposes of the *Scheme*”, the appellants rely on *Global Greenhouse Produce et al v. B.C. Marketing Board et al*, 2003 BCSC 1508. This case addressed the issue of whether a vegetable marketing agency could be reimbursed for legal expenses incurred defending an anti-dumping claim against the provincial tomato industry through a British Columbia Vegetable Marketing Commission levy order. While the agency was not a board or commission, the Court approved the

payment of the expenses finding that they were “incurred for the purposes of the *Scheme*”. Mr. Justice Drost held at paragraph 128:

In light of those facts and the circumstances of this case, I have concluded that the expenses, although incurred by Hot House, were incurred for the purposes of the [Vegetable Commission], and that the broad grant of authority contained in s. 3 of the British Columbia Vegetable Order, when combined with the powers conferred on it by the Scheme and the Act, clothes the [Vegetable Commission] with authority to impose and collect the levies in issue in these proceedings.

30. The appellants argue that the power given to the Chicken Board to fund Association expenses must be limited to only those expenses “necessarily” incurred in furtherance of the purposes of the *Scheme*. While there is nothing wrong with the Association advancing the interests of its members, it is wrong to use public money to fund the advocacy position of one part of the industry. The Chicken Board is a statutory body and the manner in which it currently funds the Association is not consistent with sound marketing policy.
31. The appellants argue that in order to increase Chicken Board accountability in the transfer of public money to the Association, to ensure that public funds are spent only for the purposes of the *Scheme*, to increase the credibility and accountability of the Association and to benefit the industry as a whole, BCFIRB should direct the following funding mechanism for the 2013 production year:
 - 1) The Chicken Board must identify specific deliverables for the Association, which deliverables benefit the industry as a whole and do not simply advance the position of the growers, and which are necessary in the implementation of the Scheme.
 - 2) The Chicken Board must receive a costing proposal or detailed budget from the Association for the stated deliverables, with appropriate back up information, and the Chicken Board must review and approve the proposal or budget.
 - 3) The Chicken Board must receive from the Association a report describing how the proposal was completed, and invoices for all expenses in accordance with the budget.
 - 4) The Chicken Board must review the invoices and satisfy itself that the charges were properly incurred in accordance with the approved budget before approving payment.
 - 5) All proposals by the Chicken Board to the Association must be published to the industry (growers and processors).
 - 6) All approved budgets, and approvals of payment must be made available to members of the industry either on request or in the same way as the proposals to the Association are published.
32. The appellants also seek an order that the Association’s legal expenses incurred as a result of its participation in this appeal not be funded by the Chicken Board.

RESPONDENT’S CASE

33. The respondent's position is that it is in the interests of the Chicken Board and the provincial chicken industry to have a strong, effective grower association. To this end, the Chicken Board has the discretion to fund the Association, as long as it is done for the purposes of the *Scheme*. The Chicken Board maintains that it has taken the necessary steps to ensure that the funding provided to the Association is consistent with the purposes of the *Act* and *Scheme*.
34. The respondent points first to the broad purpose of the *Scheme* to provide for the effective promotion, control and regulation, in any and all respects, of the production, transportation, processing, packing, storage and marketing of the regulated product: (section 2.01). More specifically, s. 4.01(k) contemplates the Chicken Board paying "any or all" of the Association expenses and this taken with the grant of power in s. 4.01(p) of the *Scheme* to raise and allocate funds gives the Chicken Board explicit powers to use discretion in providing funds to the Association.
35. In support of the position that the Association is funded in a manner consistent with the *Act* and *Scheme*, the respondent relied on the testimony of Bill Vanderspek, General Manager; Greg Gauthier, Vice-Chair of the Chicken Board and Chair of the Finance and Audit Committee (a standing committee of the Chicken Board comprised of three Board Members); and Rick Thiessen, Member.
36. Mr. Thiessen testified that the Association's roles and activities set out in the July 4, 2012 letter are important from the perspective of the Chicken Board and would be required to be performed by some person or organization if not carried out by the Association. If the Chicken Board were to fill that void, either full time Board members or additional staff would be required and this would be funded directly through Chicken Board levies. Mr. Thiessen also testified that the Chicken Board was fully aware of the Association's activities as various members and staff of the Chicken Board meet with the Association directors monthly and also have ongoing informal dialogue with them. He says the role of the Association has gained in prominence since 2000 when it began advising the Chicken Board through the Pricing and Production Advisory Committee (PPAC). The Chicken Board and Association are not always on the same page on issues and this helps to provide the necessary checks and balances leading to more informed and well thought out decisions by the Chicken Board.
37. Mr. Vanderspek testified that, as General Manager, he prepares the draft Chicken Board budget, which includes the draft budget submitted by the Association, for consideration by the Finance and Audit Committee. The draft Association budget is reviewed and discussed by the Committee as part of its review and recommendations to the Chicken Board regarding the overall Chicken Board budget. Mr. Vanderspek indicated that once the overall Chicken

Board budget is approved, one twelfth of the approved Association budget amount is advanced to the Association each month. If the Association is under budget at year end, any monies in excess of accrued budget expenditures are returned to the Chicken Board.

38. Finance and Audit Committee chair Mr. Gauthier testified that major Association budget items are reviewed and the Committee identifies and makes enquiries respecting anything out of the ordinary. As an example, Mr. Gauthier pointed to the December 8, 2011 Minutes of the Committee:

The committee discussed the budget of the BCCGA. [Sustainable Poultry Farmers Group] has been rolled into the [BC Poultry Association] at an increased cost. The committee questioned the benefit as the cost is increasing. The Chair noted he will meet with R Bathe of the Association later today to discuss this issue and will report back to the committee by e-mail. The committee expressed concern about the number of [Chicken Farmers of Canada] meetings to be attended by the BCCGA President (increasing to 3 meetings per year) when he no longer represents the province at the [Canadian Broiler Council] meetings.

Mr. Gauthier testified that the issues identified by the Committee on December 8, 2011 were discussed with the Association chair and the concerns were resolved to the satisfaction of the Committee. Following resolution of the Committee's issues with the Association draft budget, the budget (with any revisions) is incorporated into the draft Chicken Board budget. Upon recommendation of the Committee, the 2012 Chicken Board budget was approved and later published as part of the 2011 Chicken Board Annual Report.

39. Mr. Gauthier also testified that that there are follow-up meetings with the Association during the year to look at any variances between actual expenditures and what was approved in the budget. Although these meetings are intended to be quarterly, in 2012 there were just two meetings.
40. In response to the argument of the appellant, the respondent argues that the *Global Greenhouse Produce* decision does not support the contention that the Chicken Board's funding of Association expenses must be limited to those expenses "necessarily incurred" in furtherance of the purposes of the *Scheme*. Rather, this case is authority for the proposition that the *Act* and *Scheme* confer a very broad grant of authority on a board or commission to impose and collect levies.
41. The respondent also relies on *Ponich Poultry Farm Ltd. v. British Columbia Marketing Board*, 2002, BCSC 1369,⁴ where Mr. Justice Vickers described the British Columbia Marketing Board⁵ and the role of its members:

⁴ <http://www.courts.gov.bc.ca/jdb-txt/sc/02/13/2002bcsc1369.htm>

⁵ In 2003, the British Columbia Marketing Board amalgamated with the Farm Practices Board to create BCFIRB.

The Provincial Board is a specialized administrative tribunal given wide discretionary powers to carry out its mandate and the policy of the Act...

[T]he Legislature clearly intended the members of the Provincial Board to have significant knowledge and experience in the complex realm of regulated marketing. The members of the Provincial Board are required to be aware of the intricacies of the subject area, the economic principles that lie at the core of regulated marketing, and the delicate balance that must be preserved among competing interests within and between commodity sectors in order to function effectively in the public interest. [emphasis added]

42. The respondent argues that it is this delicate balance within the chicken industry that the Chicken Board attains through its funding of the Association, and which is consistent with the purposes of the *Scheme*.
43. The respondent also argues that if the appellants' position were to be accepted, the Chicken Board would be required to "micro-manage" the Association by assigning tasks and in effect performing an audit function prior to expenses being incurred. It says this is inconsistent with sound marketing policy. There is a demonstrated need to have a strong grower association in place and the Chicken Board has satisfied itself that the activities undertaken by the Association are consistent with the *Scheme*. Having done so, the Chicken Board has the authority to provide the funding that has been approved.
44. The respondent argues that contrary to the views of the appellants, there is in fact a high level of accountability and transparency in the budget approval process for the Association which it summarized as follows:
 - 1) Ongoing dialogue and communication between the Chicken Board and Association addressing chicken industry issues throughout the year.
 - 2) Association budget prepared by elected directors, acting as representatives of all chicken growers, provides accountability to the growers who pay the levy.
 - 3) Proposed Association budget is reviewed year over year by the Chicken Board as part of its overall budget approval process providing the opportunity to highlight concerns within the draft budget. For the 2012 budget, the two issues raised were resolved.
 - 4) Budget update is reviewed at least once over the course of the year with the Association.
 - 5) Within the Association, expense reports are required, financial statements are prepared and a full audit of the financial statements for the year is performed by an independent external auditor.
 - 6) At the Association AGM, the audited financial statements are reviewed by members and an opportunity to ask questions and raise concerns is provided. Recommended changes to Association director per diems must be approved by members at the AGM.

7) Association audited financial statements are published by the Chicken Board as part of its Annual Report to provide for transparency.

45. The respondent argues that the above procedures provide the necessary transparency and accountability. The relief sought by the appellants would impose extra costs as well as an additional layer of review that is neither contemplated nor required by the *Scheme*.

SUBMISSION OF BC CHICKEN GROWERS' ASSOCIATION

46. Ravi Bathe testified on behalf of the Association. He has served as chair since 2009. He says that the Association unites growers for the benefit of the industry and acts as a liaison between chicken growers, other branches of the chicken industry, the Chicken Board and government. The 10 directors are elected for two-year terms and represent the three provincial chicken producing regions. Mr. Bathe noted that the Association directorship currently includes one new entrant and one specialty grower to provide a wide cross section of grower interests in addition to regional representation. Association directors meet monthly and hold regular meetings in each region to keep growers informed and to receive input on industry issues. Directors are accessible on an informal basis, and members frequently call to raise and discuss issues or concerns.
47. Mr. Bathe testified regarding the activities of the Association referenced in the Chicken Board's July 2012 letter to the appellants. In his view, the Chicken Board does not get directly involved in most of these activities. Association directors have frequent informal interactions with the Chicken Board as part of their responsibility to deal with industry issues as they arise. The Association may support the positions of the Chicken Board but has from time to time advocated for a different approach. Mr. Bathe testified regarding the importance of having a central growers' association to get input from different types of farms across the province to develop positions on issues in the growers' collective interests.
48. With respect to the budget setting process, Mr. Bathe testified that the Association executive develops an initial draft, which is discussed, amended and then approved by all the directors. Individual members may raise budgetary issues which are brought to the directors' table. After approval by the Association directors, the draft budget is forwarded to the Chicken Board and there is a full discussion on any questions or issues identified. The Association has on occasion reduced line items after concerns raised by the Finance and Audit Committee. There are also formal meetings once or twice over the course of the year to compare actual expenditures with the budget and address variances. The director per diem rates are reviewed annually by a grower committee and any changes are put forward for consideration by growers at the Association AGM.

49. Mr. Bathe said he did speak directly with the appellants following their October 2011 letter terminating their membership in the Association. He tried to communicate the good work undertaken by the Association but the appellants did not appear too interested. No other growers have expressed similar concerns with respect to the Association's funding. He states that while the Association represents growers, on every decision the directors ask themselves whether their decision is for the betterment of the growers and the BC chicken industry overall.
50. Turning to the legal argument of the appellants, the Association states that the Chicken Board is directed to pay to the Association all or a portion of its operating expenses incurred in carrying out the purposes of the *Scheme* and that, under the *Scheme*, the Association is the only entity identified to represent registered growers in BC. The Association argues that the Chicken Board has the jurisdiction to assess what is in the best interests of the industry; section 2.01 emphasizes that the purpose of the *Scheme* is to provide for the effective promotion, control and regulation, "in any and all respects", not "some respects" and not "necessary respects". As for the remedy sought by the appellants, the Association says the funding process cannot realistically be carried out on a day to day basis.

SUBMISSIONS OF INTERVENERS

51. The BC Poultry Association (BCPA) appeared as an intervener through its Director, Allen James. The BCPA is partially funded by the Association and supports the current funding mechanism. It is an umbrella group of the four commercial poultry associations (broiler hatching eggs, chicken, table eggs and turkey) which deals with a range of common issues. It came together informally primarily to coordinate input to the BC Agriculture Council (BCAC), which only has one poultry director. The BCPA has grown in importance and is now incorporated under the *Society Act* with two directors from each of the four poultry groups. The BCPA deals with a wide range of issues including the Environmental Farm Plan Program and environmental issues generally, biosecurity, animal care and all issues dealt with at the BCAC level. The BCPA says it is important for poultry producers to take a leadership role in their industry and joint effort is more efficient than dealing with issues separately. The reality of associations is that members will not always be fully satisfied but that does not mean that the association is not working for the good of its membership. The appellants, like all growers, have the opportunity to voice concerns and promote change within the Association. However, the BCPA observes that the fact that the appellants have both grower and processor interests has resulted in them seeking the "best of both worlds" and this is not workable.
52. The BC Dairy Association (BCDA) appeared as an intervener through its Executive Director who acknowledged that member disagreements occur but one central association gives

producers with varying interests the ability to participate in a structured democratic process to promote the best interests of the sector overall.

ANALYSIS

53. The issue in this appeal is the proper interpretation to be placed on the Chicken Board's authority to fund the Association. The appellants argue that this power cannot be read so broadly as to allow the Chicken Board to fund in whole *all* the expenses incurred by the Association; rather the power to fund is limited to only those expenses "necessarily incurred" in carrying out the purposes of the *Scheme*. It is the appellants' position that if an activity is not "necessary" for the implementation of the *Scheme*, it should not be funded. The respondent rejects the notion that funding of Association expenses is limited to those expenses "necessarily incurred" in furtherance of the purposes of the *Scheme* but rather argues that it has a broad discretion to pay "any or all" of the Association expenses incurred in carrying out the purposes of the *Scheme*.
54. The starting point of the panel's statutory interpretation is that "the *Act* and the *Scheme* must be given a fair and liberal interpretation so as to make effective the legislative intent as applied to the administrative scheme involved", *Maple Lodge Farms v. Canada*, [1982] 2 S.C.R. 2 at QL p.4 and *Hallmark Poultry Processors Ltd. v British Columbia (Marketing Board)*, 2000 BCSC 569 at para 18.
55. We accept that the *Act* is a clear example of legislation which must be given such "fair, large and liberal construction and interpretation as best ensures the attainment of its objects": *Interpretation Act*, R.S.B.C. 1996, c. 238, s. 8. The purpose of the *Act* is to preserve orderly marketing – sufficient but not overabundant supply: *Truong Mushroom Farm Ltd. v. British Columbia (Mushroom Marketing Board)*, [1999] B.C.J. No. 1079 (S.C.) at para. 81. The purpose of the *Scheme* is to impose orderly marketing on the production of chicken in the province through the creation of the Chicken Board with broad regulatory powers.
56. The *Act* gives the Chicken Board broad powers to raise and allocate funds (s. 11(1) (o)), the *Scheme* authorizes the Chicken Board to use any monies received by the board in carrying out the purposes of the scheme including "paying to the British Columbia Broiler Growers' Association⁶ any portion or all of the expenses incurred by the said association with the authority of the board in carrying out the purposes of the scheme" (s. 4.01 (k)).
57. The *Scheme* does not say, as the appellants argue, that the Chicken Board pay only those expenses of the Association "necessarily" incurred in furtherance of the *Scheme*. This is an important distinction. The *Oxford Canadian Dictionary, 2004* defines "necessarily" as

⁶ Now the BC Chicken Growers' Association.

meaning “as a necessary result; inevitably” and “necessary” as meaning “requiring to be done, achieved etc.; requisite, essential”.

58. In the panel’s view, to import a notion that only “necessary” expenses or expenses “necessarily” incurred in the furtherance of the purposes of the *Scheme* are properly funded significantly alters the meaning of the phrase “expenses incurred...in carrying out the purposes of the scheme.” In our view, to adopt this approach would require the reading down or narrowing of what is a broadly worded power which is not consistent with the legislative intent. Clearly, the kinds of expenses incurred that can be identified as “necessary” for the purposes of the *Scheme* would be considerably fewer and more restrictive than expenses incurred in “carrying out the purposes of the scheme”. The panel cannot agree that this approach is consistent with the language, purpose or context of the *Act* which creates a system of orderly marketing and which requires the Chicken Board to make policy decisions to best achieve the objectives of regulated marketing.
59. We say this for the following reasons. The *Scheme* gives the Chicken Board broad discretion to regulate the industry. It is mandated through government policies such as the Ministry of Agriculture’s 2004 Regulated Marketing Economic Policy⁷ to ensure that the regulated marketing system operates in the interests of all British Columbians and that boards are “responsive to the needs of British Columbia producers, as well as to processors, consumers and other participants in the British Columbia food system.”
60. The requirement that the Chicken Board be responsive to the broader industry poses unique challenges. In *Lilydale Co-operative Ltd. and "7 Growers" v. British Columbia Chicken Marketing Board*, February 21, 2005⁸, a panel of BCFIRB described the challenges:
9. ...These appeals involve legislative policy and affect multiple interests. They require us to do more than make findings about past facts and events. We are required to weigh different policy alternatives, each of which reflects legitimate concerns and potential advantages and disadvantages, and to select the policy approach or framework that we conclude would, on balance, best achieve the objectives of regulated marketing given the realities of the chicken industry....
82. As seen in the argument summaries above, each party has advanced its case strongly. In this context, we wish to candidly state that anyone who believes that any of the positions advanced before us is a magic bullet that is “all good” or “all bad” is either being naïve, less than honest or perhaps, to use Mr. Wakefield’s term, an evangelist. Beyond the superficial appeal of certain rhetoric, very few policy questions in this area have a black or white answer. It is more

⁷ <http://www.firb.gov.bc.ca/reports/eggs/AppendixA-RegulatedMarketingEconomicPolicy.pdf>

⁸ http://www.firb.gov.bc.ca/reports/chicken/05_feb_21_bcfirb_decision_lilydale_7_growers_cmb_04-04_04-10_04-11_policy.pdf

common to have to make policy choices between difficult options, recognising that policies are never final judgments; they change with the circumstances and with experience.

61. These passages, including the suggestion that very few policy questions “have a black or white answer”, indicate that on any issue, there is a range of policy choices authorized by the *Scheme*. The challenge for the Chicken Board is to make the policy decision that best achieves the objective of regulated marketing.
62. The Chicken Board relying on the *Ponich* decision referenced “the delicate balance that must be preserved among competing interests within and between commodity sectors in order to function effectively in the public interest” and argues that one way to preserve this delicate balance is to have a strong, effective growers’ association with regional representation.
63. The panel agrees that a strong growers’ association is a critical element in the Chicken Board’s ability to make balanced and informed decisions. In the panel’s view, this need was amplified as a result of the move away from a grower elected board (in existence from inception in 1931 to 2000) to a fully, then partially appointed board. The addition of government appointed members was intended to promote balanced decision making, recognizing the need to take into account the often very conflicting positions of industry players in making policy choices consistent with statutory authority. In addition, changes such as the creation of PPAC (a committee consisting of growers and processors) to give the Chicken Board advice on all pricing and production decisions changed the decision making dynamic. Under this model, the Chicken Board hears the strongly advanced views of producers and processors before making production and pricing decisions.
64. It is apparent from the foregoing discussion that the Chicken Board has a range of possible policy choices it can make consistent with its statutory authority and in making these choices the Chicken Board is not required to ask itself whether a particular policy choice is “necessary” or “essential” for carrying out the purposes of the *Scheme*. Rather, the Chicken Board must satisfy itself that all its policy decisions are authorized by the *Scheme*. To emphasize this distinction, the panel points to an example from this appeal. The Chicken Board pays the Association for expenses incurred through the BCPA in facilitating the implementation of the Environmental Farm Plan Program which reduces risks of potential harmful environmental effects from farming activities.
65. In the panel’s view, this program does fall within the Chicken Board’s broad mandate to provide for the “effective... control and regulation, in any and all respects... of the production...[of chicken] within the Province” as in our view, this power is broad enough to capture programs that address the potential negative impacts associated with that production.

While the panel agrees that such a program promotes a stable provincial chicken industry and is in the public interest, we doubt whether one could say this program is “necessary” for the purposes of the *Scheme*. It is not “essential” in achieving the purposes of the *Scheme* and in fact, we wonder what activities could meet the necessary or essential requirement. There are other ways of addressing on-farm environmental issues, some that perhaps could even be judged at some future point to be better and more effective. However, the panel accepts that the decision to provide funding for the implementation of the Environmental Farm Plan Program through the Association and BCPA is consistent with the *Scheme* and helps achieve the overall objectives of regulated marketing for the provincial chicken industry.

66. The government itself has recognised the important role of the Association by expressly authorizing its funding. The fact that the government has not similarly authorized the funding of the Primary Poultry Processors Association may be recognition of the historical power imbalance between growers and processors which created the need for price stabilization and orderly marketing in Canada in the first place.⁹ Whether or not this is a reasonable decision is one for the government and not for the Chicken Board or BCFIRB on this appeal. Our task is to apply the *legislation* as written.
67. For the foregoing reasons, the panel rejects the notion that the Chicken Board’s funding of the Association is limited to expenses “necessarily incurred” in furtherance of the purposes of the *Scheme*.
68. The panel now turns to consider what Association expenses are authorized by the *Scheme*. We do not accept the view advanced by counsel for the Association, in his March 30, 2012 correspondence to the appellants that the Association is not simply a private society but an industry association funded by statutory authority and that the Chicken Board is “directed ... to pay to the Association all or a portion of the Association’s operating expenses which the Association incurs in carrying out its purposes under the *Scheme*”. To the extent that this statement suggests that the funding of the Association is guaranteed we disagree. As a matter of discretion and in accordance with sound marketing policy, the Chicken Board may fund the Association’s expenses incurred for purposes of *Scheme* but it is not directed to do so.
69. We agree with the appellants that the Chicken Board does not have a blanket power to fund all of the Association’s expenses without careful review and to the extent that the Chicken Board funds expenses that are outside the purposes of the *Scheme*, it is acting outside its powers.

⁹ http://www.firb.gov.bc.ca/reports/09_oct_1_looking_back_final.pdf at pages 6-13.

70. The panel has considered the wide range of industry activities the Association is involved in and the appellants' criticisms of unnecessary duplication in legal fees, per diems, programs relating to biosecurity and animal care, training in relation to lobbying, price negotiations and funding secondary organizations.
71. The appellants' criticisms regarding unnecessary duplication may have had more resonance when the Chicken Board was a grower-elected board and where there may have been a perception, real or otherwise, that the board acts first and foremost in the interests of growers and not the broader industry.
72. However, as we have already indicated there is an expectation that regardless of their composition, all boards and commissions established under the *Act* be responsive to not only the needs of growers but also to processors, consumers and other participants in the food system. Further, as we identify above in paragraph 63, the Chicken Board has, in the past 10 to 15 years undergone a shift in focus where it has become more engaged in activities beyond those that pertain primarily to BC chicken production. As a result, the role of the Association has gained in prominence given its involvement in PPAC and other grower related issues.
73. We accept that even though the Chicken Board is not undertaking the activities performed by the Association, these activities remain very important for the industry and would need to be performed by the Chicken Board, its staff or others if not carried out by the Association. Further, the Chicken Board's evidence that it is very aware of the Association's activities through monthly meetings of various staff and directors with Association directors and ongoing informal dialogue leads the panel to conclude that there is very little if any duplication of activities.
74. We consider the appellants' specific criticisms below.
75. The appellants take issue with what they say is unnecessary duplication in the Association's participation in legal proceedings, meetings or committees where the Chicken Board is involved. The panel accepts that the Association, in providing its views in these forums may be partisan, reflecting the best interests of growers. Similarly, the Primary Poultry Processors Association would be expected to advance positions in the best interests of their membership. However, the participation of both associations serve a useful purpose under the *Scheme*, assisting the Chicken Board with finding "the delicate balance that must be preserved among competing interests within and between commodity sectors in order to function effectively in the public interest"¹⁰. While there may be situations where the participation of the Association in a particular legal proceeding, meeting or committee may

¹⁰ See *Ponich, supra*

not be authorized by the *Scheme* or consistent with sound marketing policy, other than raising the issue of duplication generally, the appellant has not pointed to a specific instance in 2012 where the duplication was unauthorized.

76. Regarding biosecurity and animal care, the appellants argue that as the Chicken Board deals with these issues on behalf of the industry, it is duplicative to also fund these through the Association. The panel observes that while the Chicken Board has implemented a mandatory Biosecurity Program through its Orders, there remains an important leadership role for growers in the development of industry biosecurity standards. Their biosecurity strategic plan goes beyond the mandatory Biosecurity Program to deal with a range of initiatives including partnering with industry, local communities and all levels of government to improve biosecurity and prepare for emergency outbreak situations. We do not see these activities, on their face, as being outside the purposes of the *Scheme*.
77. With respect to animal welfare, the Chicken Board delivers the Chicken Farmers of Canada Animal Care Program. The Association's involvement is through the BC Farm Animal Care Council, which is a broader cross-commodity initiative working towards responsible animal care in the BC livestock sectors. BCFIRB has recognized animal welfare as a significant issue that livestock sectors must deal with comprehensively and proactively. The panel disagrees with the appellants' characterization of these expenses as duplicative and sees the Association's involvement in these areas as complementary to the Chicken Board program.
78. Mr. Vane questioned training expenditures in relation to lobbying, primarily on the basis of his not having sufficient information to assess whether the expenditures were appropriate or not. Mere speculation by the appellants is insufficient to establish that an expense falls outside the purposes of the *Scheme*. As we have already said, we accept that in providing its views in various forums the Association may be partisan, reflecting the best interests of growers. But we view this as serving a useful purpose under the *Scheme*. Training in effective advocacy and to ensure lobbying is conducted within legal boundaries in our view therefore falls within the purposes of the *Scheme*. That said, we do recognize that certain lobbying activities of the Association could be unauthorized by the *Scheme*, but for the purposes of this appeal, the appellant has not pointed to any particular lobbying on the part of the Association that was on matters not authorized by the *Scheme*.
79. The appellants pointed to recent price premium negotiations as not being in the interests of the industry as a whole and not necessary for the purposes of the *Scheme*. Price negotiations clearly fall within the purposes of the *Scheme* and of necessity are partisan. The limited evidence on the negotiations in question is not sufficient in this case to establish that this was not an authorized expenditure under the *Scheme*. The appellants say all pricing is better

conducted through the PPAC mechanism. However, that is not the issue before us on this appeal.

80. The appellants also argue that the Association does not have the power under the *Scheme* to allocate public monies to secondary organizations such as the BCPA. On this point, the panel agrees with the testimony of BCPA director Allen James that there are issues such as Environmental Farm Planning, biosecurity, and animal care that are common to all poultry sectors and proactive joint efforts may be more effective and efficient than carrying out these activities separately.
81. However, even if these joint efforts are more efficient, we recognize that funding still must be within the purposes of the *Scheme*. If the Chicken Board wanted a third party to undertake an activity on its behalf that is within the purposes of the *Scheme*, the Chicken Board is authorized to pay that expense directly. In this case, the Association has determined that collaboration with other parts of the poultry industry and/or agriculture provides for efficiencies (something the appellants support) and the Chicken Board, in providing funding to the Association for that purpose, has authorized payment of that expense indirectly through the Association.
82. The panel concludes that the power to fund the Association is broad enough to allow the Association to fund a secondary organization to undertake initiatives beneficial to the industry.¹¹ However, as with expenses incurred directly, the Association and the Chicken Board need to demonstrate in a transparent and ongoing manner that expenses incurred by a secondary organization are for the purposes of the *Scheme*.
83. In reviewing more generally the wide range of activities undertaken by the Association in 2012 which the appellants have placed in issue on this appeal, the panel is satisfied that legally these activities, at least on their face, relate to the purposes of the *Scheme*. This conclusion should not be taken as a blanket endorsement of the expenditures of the Association but rather that on a broad reading of the legislation, the appellants have not satisfied the panel that any of the 2012 expenditures they put in issue are unauthorized. In our view and based on the evidence heard in this appeal, this conclusion dispenses with the issue under appeal.
84. It follows that the appellants' application seeking an order prohibiting the Association from using Chicken Board funds to pay legal fees and expenses incurred in relation to its intervener role in the appeal is also dismissed. The Association's participation is consistent with the need for a strong grower representation on matters like those raised on this appeal which are significant to the chicken industry in the province.

¹¹ We observe here that at least for the BCPA, the presence of two Association directors on the BCPA board provides for direct oversight.

85. However, for the reasons that follow, our dismissal of the appellants' appeal regarding the legality of the 2012 funding of the Association does not mean that we are endorsing the Chicken Board's current funding process. We have concluded that as the first instance regulator, the Chicken Board, in its budget approval process needs to satisfy itself that not only are the Association expenses it funds legally authorized under the *Scheme* but also that the expenditures are consistent with sound marketing policy. Clearly, instances could arise where although legally authorized, an expenditure might not be consistent with sound marketing policy.
86. The panel agrees with the appellants that the Chicken Board, when collecting mandatory levies under legislated authority, is responsible for how that money is used on an ongoing basis and has the obligation to be transparent and accountable. The panel also agrees with the appellants that the current funding process has room for improvement.
87. We say this because it is the Chicken Board, not the Association, that is responsible to the growers who pay the mandatory levy to ensure that growers have sufficient information to know what activities have been undertaken by the Association from the funding provided by the Chicken Board, what those activities cost and how those activities fit within the statutory mandate and sound marketing policy. While the appeal process did provide greater transparency regarding the 2012 funding process, it is our view that in the ordinary course the Chicken Board funding approval process does not provide an adequate degree of transparency and accountability generally and to chicken growers specifically.
88. The ongoing communication between Chicken Board and Association directors may be effective in addressing industry issues and sufficient for the purposes of the Chicken Board's exercise of its discretion. But it does not replace the need for formal accountability measures to demonstrate that mandates and responsibilities are understood and fulfilled by both the Chicken Board and the Association. The Finance and Audit Committee's aim is to meet quarterly to initially review the Association's funding request and supporting budget and subsequently review actual expenditures to budget during the course of the year in order to identify concerns. However we note the committee chair's evidence that, at least in 2012, there were only two such meetings. Further, while the focus on budgetary variances year over year may help to identify areas of concern, this does not, in and of itself, ensure that expenditures fall within the statutory mandate. In our view, the current funding approval process is too informal and lacking in documentation, particularly with respect to demonstrating that the Association expenditures are incurred for the purposes of the *Scheme* or that the expenditures accord with sound marketing policy.

89. While we agree with the appellants that the current funding system is lacking in transparency and accountability, we disagree on how to fix the problem. We do not agree that it is appropriate or necessary to require the Chicken Board to micro-manage the activities of the Association through identification of “specific deliverables”, restriction of activities, and funding only upon completion of a proposal and after detailed review of all invoices.
90. Instead, and consistent with BCFIRB’s recent Governance Initiative¹² designed to improve the decision making of both BCFIRB and the commodity boards it supervises, and in the interests of greater transparency and accountability, the funding process needs to have as a focus the Chicken Board’s statutory mandate.
91. To achieve this end, the panel directs the Chicken Board to modify its process of approving funding for the Association as follows:

Purposes of the Scheme

The Chicken Board must identify the statutory framework under which it is prepared to fund the Association and clarify any activities or expenses that are either not within the purposes of the *Scheme* or that it is not prepared to fund as a matter of sound marketing policy. The Chicken Board also needs to identify what supporting documents it requires from the Association to demonstrate that proposed expenditures fall within the purposes of the *Scheme*.

Budget Process

Currently, to obtain funding the Association submits a draft budget to the Chicken Board for discussion and recommended approval by the Finance and Audit Committee and then final approval by the Chicken Board. Going forward, before the Chicken Board can consider the Association’s draft budget, the Chicken Board must have sufficient documentation or explanation from the Association to demonstrate how each activity or category of expenditure fits within the statutory framework and is consistent with sound marketing policy. The draft budget and supporting documents must be sufficiently detailed to allow the Chicken Board to know what activities or categories of expenditure the Association proposes as well as the estimated expense in each case and the basis for the estimate. The Association must also provide an explanation of how those activities and expenditures relate to the purposes of the *Scheme* and sound marketing policy in order for the Chicken Board to make informed funding decisions within the statutory mandate in relation to the Association’s funding request.

¹² http://www.firb.gov.bc.ca/2011_about_firb_governance_initiative.htm

Annual Reporting

The Chicken Board currently publishes the Association's audited financial statements in the Chicken Board's Annual Report. However, going forward the Chicken Board must also receive a comprehensive summary from the Association reporting on the past year's activities and expenditures in relation to the approved budget for that year. This Funding and Uses Report must be published in the Chicken Board's Annual Report. The purpose of this Report is to provide a meaningful discussion of what money was received by the Association from the Chicken Board in the past year and how the activities and categories of expenditure in the approved budget for that year relate to the purposes of the *Scheme* and sound marketing policy, what the money was spent on in reference to the various budgeted activities and categories of expenditure, and what was ultimately accomplished with the funding. As well, the Report is to compare the past year's expenditures with the budgeted amounts for that year and actual expenditures in the prior year. Growers must be given an opportunity to raise questions or concerns and any issues raised are to form part of the Chicken Board's discussions with the Association in the next year's funding process.

Meeting Requirements

The Finance and Audit Committee indicated the intention to review Association expenditures under the approved budget quarterly; however in 2012 this did not occur. In our view, the Chicken Board or the Finance and Audit Committee need to meet at least quarterly with the Association to review budget performance. The purpose of these meetings is to review Association expenditures on a year-to-date basis including variances from the approved budget for the year and from actual expenditures in the prior year. Potential cost overruns need to be identified and addressed in a timely fashion. If required, approvals for increased funding need to be sought from the Chicken Board. Areas of surplus must be identified and any net surplus as at the end of the year must be returned to the Chicken Board forthwith.

CONCLUSION

92. The appeal is dismissed.
93. The appellants' application seeking an order prohibiting the Association from using funding from the Chicken Board to pay legal fees and expenses incurred in relation to its intervener role in the appeal is also dismissed.
94. The panel directs the Chicken Board to amend its funding approval process in accordance with paragraph 91 above.
95. Given the dismissal of the appeal, there will be no order as to costs.

Dated at Victoria, British Columbia this 18th day of December, 2013.

BRITISH COLUMBIA FARM INDUSTRY REVIEW BOARD

Per:



Suzanne K. Wiltshire, Presiding Member



Andreas Dolberg, Member



Diane Fillmore, Member