

**Note to viewer:**

Following is the Federal-Provincial Agreement in respect of the establishment of a Comprehensive Marketing Plan for the purpose of regulating the marketing of turkeys in Canada. There are several parts to the Agreement, including amendments and schedules. They are **bookmarked** in this document as follows:

- *Federal-Provincial Agreement (FPA) - September 26, 1973*
- *Amendment to the FPA (re. the entry of New Brunswick) - October 19, 1974*
- *Amendment to the FPA (re. Withdrawal from the Agreement) - 1983*
- *Amendment to the FPA (re. Overmarketings) - 1984*
- *Schedule "A" - 1973*
- *Amendment to Schedule "A" (re. the entry of New Brunswick) - 1974*
- *Schedule "B" - 1973*
- *Amendment to Schedule "B" (re. the entry of New Brunswick) - 1974*
- *Schedule "C"*

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

in respect of the establishment of a

COMPREHENSIVE MARKETING PROGRAM

a purpose of regulating the marketing of

TURKEYS

in

Canada

(except the provinces of Newfoundland,  
New Brunswick and Prince Edward Island)

ACCORD FEDERAL-PROVINCIAL

relatif à la mise en place d'un

SYSTEME GLOBAL DE COMMERCIALISATION

visant à la réglementation de la commercialisation des

DINDONS

au

Canada

(sauf les provinces de Terre-Neuve,  
Nouveau-Brunswick et  
l'Île-du-Prince Édouard)

**NAMES OF PARTIES**

**PARTIES CONTRACTANTES**

Minister of Agriculture for Canada  
Minister of Agriculture for Québec

Le Ministre de l'Agriculture du Canada  
Le Ministre de l'Agriculture du Québec

Minister of Agriculture and Food for Ontario

Le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario

Minister of Agriculture for Manitoba  
Minister of Agriculture for Saskatchewan  
Minister of Agriculture for Alberta  
Minister of Agriculture for British Columbia  
Minister of Agriculture and Marketing for Nova Scotia

Le Ministre de l'Agriculture du Manitoba  
Le Ministre de l'Agriculture de la Saskatchewan  
Le Ministre de l'Agriculture de l'Alberta  
Le Ministre de l'Agriculture de la Colombie-Britannique  
Le Ministre de l'Agriculture et de la Commercialisation de la Nouvelle-Ecosse

National Farm Products Marketing Council

Conseil national de commercialisation des produits de ferme

Quebec Agricultural Marketing Board  
The Farm Products Marketing Board for Ontario  
The Manitoba Marketing Board  
Natural Products Marketing Council for Saskatchewan  
Alberta Agricultural Products Marketing Council  
British Columbia Marketing Board  
Nova Scotia Marketing Board

Régie des marchés agricoles du Québec  
The Farm Products Marketing Board of Ontario  
The Manitoba Marketing Board  
Natural Products Marketing Council for Saskatchewan  
Alberta Agricultural Products Marketing Council  
British Columbia Marketing Board  
Nova Scotia Marketing Board

Fédération des producteurs de volailles du Québec  
The Ontario Turkey Producers' Marketing Board  
The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board  
Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board  
Alberta Turkey Growers' Marketing Board  
British Columbia Turkey Marketing Board  
Nova Scotia Turkey Marketing Board

Fédération des producteurs de volailles du Québec  
The Ontario Turkey Producers' Marketing Board  
The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board  
Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board  
Alberta Turkey Growers' Marketing Board  
British Columbia Turkey Marketing Board  
Nova Scotia Turkey Marketing Board

Whereas the federal Farm Products Marketing Agencies Act has been enacted;

Whereas the following provincial Agricultural Products Marketing Acts have been enacted:

Agricultural Marketing Act, Quebec  
The Farm Products Marketing Act, Ontario  
The Natural Products Marketing Act, Manitoba  
The Natural Products Marketing Act, Saskatchewan  
The Marketing of Agricultural Products Act, Alberta  
Natural Products Marketing (British Columbia) Act  
Natural Products Marketing Act, Nova Scotia

Whereas it is deemed proper that a Comprehensive Turkey Marketing Program be established to ensure the orderly marketing of turkeys in Canada, a fair return to the producer, a dependable supply of high quality products to the consumer, the cooperation and coordination between the various provincial Turkey Commodity Boards and an Agency;

Whereas the Marketing Plans annexed hereto are an integral part of this agreement.

Now therefore be it resolved that:

#### Part I - Ministers of Agriculture

The Federal Minister of Agriculture and the Provincial Ministers of Agriculture:

do hereby agree to the following provisions in respect of the present subject matter.

The Honorable Ministers will recommend, respectively to the Governor in Council and Lieutenant Governors in Council or provincial agricultural marketing boards, each within their respective jurisdiction under the British North America Act that:

- (a) the annexed Marketing Plans be made, approved, and maintained in force according to the terms of the present agreement and the terms of the said Marketing Plans;
- (b) subject to any amendment agreed upon by all and every Board and the Council, no revocation of or any amendment to any of the said Marketing Plans or to any of the authority and powers to be given to the Agency, any Board or Commodity Board that would be inconsistent with the said Marketing Plans will be made or approved, unless
  - (i) subject to subparagraph (ii), a written notice has been given by the Agency or the Commodity Board, with the concurrence of the Council or the respective Board, respectively to the other Commodity Boards or Agency as the case may be, requesting such a revocation or amendment to become effective within one year of the date on which such a notice has been given, and
  - (ii) the said notice has been given within the 30 day period immediately preceding the anniversary date of the coming into force of the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation

Considérant l'adoption de la Loi fédérale sur les Offices de commercialisation des produits de ferme;

Considérant l'adoption des Lois provinciales sur la commercialisation des produits agricoles ci-après désignées:

Loi des marchés agricoles du Québec  
The Farm Products Marketing Act, Ontario  
The Natural Products Marketing Act, Manitoba  
The Natural Products Marketing Act, Saskatchewan  
The Marketing of Agricultural Products Act, Alberta  
Natural Products Marketing (British Columbia) Act  
Natural Products Marketing Act, Nova Scotia

Considérant qu'il a été estimé convenable de mettre en place un système global de commercialisation des dindons devant assurer l'harmonisation de la commercialisation des dindons au Canada, des recettes équitables au producteur, un approvisionnement assuré en produits de haute qualité au consommateur, la collaboration et la coordination entre les différents offices provinciaux de commercialisation des dindons et un Office;

Considérant que les Plans de commercialisation ci-joints constituent une partie intégrante du présent accord.

Qu'il soit maintenant résolu que:

#### Partie I - Les Ministres de l'Agriculture

Le Ministre fédéral de l'Agriculture et les ministres provinciaux de l'Agriculture

acceptent par les présents les dispositions suivantes relatives à l'objet ici traité.

Les ministres recommanderont, respectivement au Gouverneur en conseil et aux Lieutenants-gouverneurs en conseil, ou aux régies provinciales de commercialisation des produits agricoles, chacun dans le cadre de leur juridiction respective, en vertu de la Loi de l'Amérique du Nord Britannique que:

- (a) les plans de commercialisation ci-joints soient adoptés, approuvés et appliqués conformément aux termes du présent accord et à ceux desdits plans de commercialisation;
- (b) sous réserve de modification approuvée par toutes les Régies et le Conseil, aucune résiliation ni modification desdits plans de commercialisation, ou de l'autorité et des pouvoirs confiés à l'Office, à une Régie ou à un Office de commercialisation, qui serait inconciliable avec lesdits plans de commercialisation ne peut être adoptée ou approuvée à moins que:
  - (i) sujet aux dispositions de l'alinéa (ii) l'Office ou l'Office de commercialisation, avec la participation du Conseil national ou de la Régie appropriée, n'ait, selon le cas, fait parvenir par écrit aux autres Offices de commercialisation ou à l'Office un avis demandant une telle résiliation ou modification et devant être applicable un an après la date de l'expédition dudit avis et
  - (ii) ledit avis ait été expédié durant la période de 30 jours immédiatement précédant la date anniversaire de l'entrée en vigueur de la Proclamation relative à l'Office canadien de commercialisation des dindons

provided that when the Agency or the Commodity Board is not one of those that forwarded the notice referred to in subparagraphs (i) and (ii) that such Agency or Commodity Board, with the concurrence of the Council or the respective Board, may also forward a similar notice in the same manner as described in subparagraph (i) within the two weeks following the date of the notice given pursuant to subparagraphs (i) and (ii);

- (c) the Agency, the Board or the Commodity Board be authorized and directed to, reciprocally as the case may be, transfer to or accept from each other administrative functions, for the purpose of implementing the annexed Marketing Plans;
- (d) the Board and the Commodity Board be directed
  - (i) not to restrict the free interprovincial flow of the product in any manner inconsistent with the provisions of the Marketing Plan or of the Amended Proposal;
  - (ii) to accept, in the exercise of their powers and authority to fix, set or determine prices, the constraint of
    - (A) free interprovincial trade, and
    - (B) the purchase price policy of the Agency

#### Part II - Supervising Agencies

The National Farm Products Marketing Council and Provincial Marketing or Natural Products Boards or Councils do hereby agree that they will make any Marketing Plan, Regulation or Order and take any action deemed necessary, including their approval of the Agency or appropriate Commodity Board Regulations or Orders each within their respective jurisdictions to implement the provisions of the present agreement.

#### Part III - Commodity Boards

The provincial Commodity Boards do hereby agree:

- (a) to make any Marketing Plan, Regulation or Order and to take any action deemed necessary, each within its respective jurisdiction;
  - (i) to implement the provisions of the present agreement on the day of the coming into force of the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation;
  - (ii) to avoid taking any action that would preclude or restrict such implementation;
  - (iii) to remove from the market all turkeys produced in the province in excess of the provincial allocation of the province as defined in the Amended Proposal when requested to do so by the Agency and any costs of such removal shall be their responsibility;

prenant en considération lorsque l'Office ou l'Office de commercialisation n'est pas l'auteur de l'avis dont il est question à l'alinéa (i) et (ii), cet Office, ou Office de commercialisation, avec la participation du Conseil national ou de la Régie appropriée, peut également expédier un avis semblable de la manière indiquée à l'alinéa (i) durant la période de deux semaines subséquentes à la date où l'avis a été expédié conformément aux alinéas (i) et (ii);

- (c) l'Office, la Régie ou l'Office provincial de commercialisation reçoivent l'autorisation et les ordres de déléguer ou d'accepter toute fonction administrative, réciproquement, suivant le cas, pour la mise en application des plans de commercialisation ci-joints;
- (d) la Régie et l'Office de commercialisation reçoivent la directive
  - (i) de ne pas restreindre la liberté des mouvements interprovinciaux du produit, d'une manière incompatible avec les dispositions du Plan de commercialisation ou du Projet modifié;
  - (ii) d'accepter, dans l'exercice de leurs pouvoirs de fixer ou d'établir les prix, les contraintes imposées par
    - (A) la liberté des échanges interprovinciaux et
    - (B) la politique de prix d'achat de l'Office-

#### Partie II - Organismes de surveillance

Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme et les Régies ou Conseils provinciaux de commercialisation des produits agricoles ou naturels conviennent par les présentes qu'ils adopteront tout plan de commercialisation, règlement ou ordonnance, et entreprendront toute action jugée nécessaire, y compris l'approbation de règlements ou d'ordonnances de l'Office ou de l'Office de commercialisation approprié, chacun dans le cadre de leur juridiction respective, relativement à l'application des dispositions du présent accord.

#### Partie III - Offices de commercialisation

Les Offices de commercialisation conviennent par les présentes:

- (a) d'adopter tout plan de commercialisation, règlement ou ordonnance et d'entreprendre toute action estimée nécessaire, chacun dans le cadre de leur juridiction respective;
  - (i) d'appliquer les dispositions du présent accord, au jour d'entrée en vigueur de la Proclamation relative à l'Office canadien de commercialisation des dindons;
  - (ii) d'éviter toute mesure susceptible d'empêcher ou d'entraver une telle application;
  - (iii) d'enlever du marché tous les dindons produits dans la province en excédant de l'allocation provinciale de la province telle que déterminée dans le projet modifié ou lorsque demandé par l'agence d'agir ainsi et les coûts de tel enlèvement doivent être leur responsabilité.

- (iv) to give prompt notice to the Agency and all Commodity Boards of all price changes, together with the reasons therefore;
- (b) when appointing their representative to the Agency, to instruct them to support the following principles in the Agency policy:
- (i) to divide the total quantity of turkeys produced in each province and authorized to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade, into different classes or sizes of turkeys according to the demand. Such divisions to be respected and reassessed on a quarterly basis for the purpose of a proper evaluation of individual quotas;
  - (ii) to work towards relative uniformity in minimum and maximum number of turkeys or birds per year in regulated flocks so that the difference in such flock size criteria among provinces will not be such to place in jeopardy the efficiency of the Plan or the relative efficiency of producers in the different provinces;
  - (iii) to be responsible for the cost of removing from the market all turkeys deemed to be in excess of market requirement by the Agency and within the provincial allocation of the province;
  - (iv) to set the purchasing price at which the Agency is to buy turkeys in each province thus indirectly creating a turkey price structure in Canada;
  - (v) to set the said purchasing price from time to time in flexible response to market conditions;
  - (vi) to set the said purchase price in relation to transportation between various provinces;
  - (vii) not to sell turkeys acquired by the Agency into provincial turkey markets without prior consultation with the recipient province;
  - (viii) to establish a system for immediate communication between the Commodity Boards and the Agency for complete exchange of information relevant to the Marketing Plan;
  - (ix) to establish consultative or advisory committees which committees shall consist of members to represent the interests of producers, consumers, the trade and the public in general, and the composition of such committees selected by the Agency shall have representation adequate in the view of the Council to represent the public interest and said committees shall meet on a regular basis and advise the Agency and the Council on matters of concern to each of them.
- (iv) d'aviser promptement l'Office et les Offices de commercialisation de tout changements de prix avec les raisons d'une telle action;
- (b) lors de la nomination de leur représentant auprès de l'Office leur donner les directives de supporter les principes suivants de la politique de l'Agence:
- (i) diviser la quantité totale de dindons produit dans chaque province et pour être vendu dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation en différentes classes ou grosseurs de dindons suivant la demande. Telle divisions devant être respectée et mise à l'étude tous les trois mois dans le but de faire une évaluation appropriée des contingents individuels.
  - (ii) tendre vers une uniformité relative des critères du nombre minimum et maximum d'oiseaux réglementé de telle sorte que toute différence dans ces critères entre les provinces ne sera pas tel que l'efficacité du plan global ou l'efficacité relative des producteurs des différentes provinces sera compromise.
  - (iii) d'être responsable du coût de l'enlèvement, du marché des dindons en excédants de la demande selon l'estimé de l'Agence et qui sont produits en deça de l'allocation provinciale de la province;
  - (iv) d'établir les prix d'achats auxquels l'Office doit acheter les dindons dans chaque province, créant ainsi indirectement une structure de prix des dindons à travers le Canada;
  - (v) d'établir lesdits prix d'achat, à l'occasion, réagissant ainsi avec flexibilité aux conditions du marché;
  - (vi) d'établir ledit prix d'achat en rapport avec le coût du transport entre les diverses provinces;
  - (vii) de ne pas vendre les dindons achetés par l'Office sur les marchés provinciaux des dindons sans consultation préalable avec la province destinatrice;
  - (viii) de mettre en place un système de communication directe entre les Offices de commercialisation et l'Office de façon à assurer un échange complet des informations sur le marché.
  - (ix) de mettre en place des comités consultatifs, lesquels comités devront être composés de membres représentant les intérêts des producteurs, des consommateurs, du commerce et du public en général et la composition de ces comités, choisis par l'Office national, devra, d'après l'opinion du Conseil, être adéquatement représentative de l'intérêt public. Ces comités devront se réunir à intervalles réguliers et conseiller l'Office et le Conseil national sur les problèmes qui les concernent respectivement.

#### Part IV - All Parties

Without limiting or restricting the above-mentioned undertaking, the parties further agree to take all necessary additional action or measures to implement the provisions of the Amended Proposal.

#### Part V - Interpretation

It is further understood that:

- (a) a notice given pursuant to paragraph (b) of Part I be given by registered mail to the addressee to his last known address and shall be deemed to have been forwarded on the date of registration;
- (b) "Marketing Plan", as referred to in this agreement means, in respect of the Federal Minister of Agriculture, the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation as set out in Schedule A and, in respect of each of the Provincial Ministers of Agriculture, a proposed Part II to their respective Provincial Marketing Plans or Regulations as set forth in Schedule B, taking into consideration the differences mentioned therein or necessitated by the legislation in respect of each province;
- (c) "Amended Proposal" means the document annexed hereto as Schedule C;
- (d) "Comprehensive Marketing Program" means marketing plan and regulations to regulate the marketing of a given agricultural product made in coordination pursuant to federal and provincial jurisdiction.
- (e) For the purpose of verifying whether a province is within its allocation, the slaughtering in registered stations as reported by Canada Department of Agriculture in their Poultry Market Report will be the figures used as the basis.

#### Partie IV - Parties signataires

Sans préjudice ni restriction à l'engagement ci-dessus, les parties signataires conviennent, en outre, de prendre toute mesure supplémentaire nécessaire à l'application des dispositions contenues dans le Projet modifié.

#### Partie V - Interprétation

Il est de plus entendu que:

- (a) un avis expédié conformément à l'article (b) de la Partie I peut être adressé par lettre recommandée au destinataire à sa dernière adresse connue et sera considéré comme ayant été expédié le jour de son enregistrement.
- (b) "Plan de commercialisation" au sens utilisé dans le présent accord signifie, en ce qui concerne le ministre fédéral de l'Agriculture, la proclamation figurant à l'annexe A, et en ce qui concerne chacun des ministres provinciaux de l'Agriculture le projet de Partie II pour leurs plans de commercialisation provinciaux (ou règlements respectifs) tel qu'indiqué à l'annexe "B", compte tenu des différences y mentionnées ou requises par la législation relativement à chacune des provinces.
- (c) "Projet modifié" désigne l'Annexe C ci-jointe.
- (d) "Système global de commercialisation" désigne tous plans et règlements de commercialisation d'un produit agricole donné, établis en coordination avec les autorités fédérales et provinciales.
- (e) Pour fins de vérification si une province est au deçà de son allocation, les statistiques d'abattages des postes enregistrées publiées par le Ministère de l'Agriculture du Canada dans son rapport sur le Marché des Volailles seront les chiffres utilisés comme base.

*Eugene F. Hebert*  
 Minister of Agriculture for Canada  
 Le Ministre de l'Agriculture du Canada

*Yves Lévesque*  
 Minister of Agriculture for Quebec  
 Le Ministre de l'Agriculture du Québec

*Wes A. Stewart*  
 Minister of Agriculture and Food for Ontario  
 Le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario

*Samuel Mushinski*  
 Minister of Agriculture for Manitoba  
 Le Ministre de l'Agriculture du Manitoba

*D. Marshall*  
 Minister of Agriculture for Saskatchewan  
 Le Ministre de l'Agriculture de la Saskatchewan

*John Stantmann*  
 Minister of Agriculture for Alberta  
 Le Ministre de l'Agriculture de l'Alberta

*John Hawkins*  
 Minister of Agriculture and Marketing for Nova Scotia  
 Le ministre de l'Agriculture et de la Commercialisation de la Nouvelle-Écosse

*Paul E. Smith*  
Minister of Agriculture for British Columbia  
Le Ministre de l'Agriculture de la Colombie-Britannique

*Paul Baker*  
The National Farm Products Marketing Council  
Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme

*Paul Poirer*  
Quebec Agricultural Marketing Board  
Régie des marchés agricoles du Québec

*A. Russell*  
The Farm-Products Marketing Board of Ontario

*Canada*  
The Manitoba Marketing Board

*A. F. Johnston*  
Natural Products Marketing Council for Saskatchewan

*Martha J. H. Ferris*  
Alberta Agricultural Products Marketing Council

*W. B. Bennett*  
The British Columbia Marketing Board

*W. S. Mack*  
Nova Scotia Marketing Board



Roaz Landry  
Fédération des Producteurs de volailles du Québec

[Signature]  
The Ontario Turkey Producers Marketing Board.

J. P. Tanchak  
The Manitoba Turkey Producers Marketing Board

[Signature]  
Saskatchewan Turkey Producers Marketing Board

[Signature]  
Alberta Turkey Growers Marketing Board

Donald S. Bladen  
British Columbia Turkey Marketing Board

[Signature]  
Nova Scotia Turkey Marketing Board

Amendments to the

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

in respect of the establishment of a

COMPREHENSIVE MARKETING PROGRAM

the purpose of regulating the marketing of

TURKEYS

in

Canada

(except the provinces of Newfoundland,  
New Brunswick and Prince Edward Island)

Modifications à

L'ACCORD FEDERAL-PROVINCIAL

relatifs à la mise en place d'un

SYSTEME GLOBAL DE COMMERCIALISATION

visant à la réglementation de la commercialisation des

DINDONS

au

Canada

(sauf les provinces de Terre-Neuve,  
Nouveau-Brunswick et  
l'Île-du-Prince-Édouard)

**NAVES OF PARTIES**

**PARTIES CONTRACTANTES**

Minister of Agriculture for Canada

National Farm Products Marketing Council  
(hereinafter called the "federal signatories")

Le Ministre de l'Agriculture du Canada

Conseil national de commercialisation des produits de ferme  
(désigné ici comme "signataires fédéraux")

Minister of Agriculture and Rural Development  
for New Brunswick

Natural Products Control Board for New Brunswick

New Brunswick Turkey Marketing Board  
(hereinafter called the "New Brunswick signatories")

Le Ministre de l'Agriculture et de l'Aménagement rural  
du Nouveau-Brunswick

Natural Products Control Board du Nouveau-Brunswick

New Brunswick Turkey Marketing Board  
(désigné ici comme "signataires néo-brunswickois")

WHEREAS pursuant to the Farm Products Marketing Act (Canada) and pursuant to the following Natural Products Marketing Acts:

Natural Products Marketing Act, Nova Scotia  
Agricultural Marketing Act, Quebec  
The Farm Products Marketing Act, Ontario  
The Natural Products Marketing Act, Manitoba  
The Natural Products Marketing Act, Saskatchewan  
The Marketing of Agricultural Products Act, Alberta  
Natural Products Marketing (British Columbia) Act

The Federal signatories together with the signatories from the Provinces of Nova Scotia, Quebec, Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia have entered into a Federal-Provincial Agreement in respect of the establishment of a Comprehensive Marketing Program for the purpose of regulating the marketing of turkeys in Canada (hereinafter called the "Comprehensive Agreement").

WHEREAS the Provinces of Prince Edward Island, New Brunswick and Newfoundland were unable to participate in the Comprehensive Agreement at the time of its execution but executed an Appendix to the Comprehensive Agreement together with all of the signatories to the Comprehensive Agreement;

WHEREAS the said Appendix provided for the admission of any of the said provinces at the time when they were able to participate in the said Comprehensive Marketing Program;

WHEREAS the producers in the Province of New Brunswick are now in a position to participate in the Comprehensive Agreement;

WHEREAS the said province has respected all terms of the said Appendix;

AND WHEREAS the Canadian Turkey Marketing Agency established pursuant to the Comprehensive Agreement has approved of the admission of New Brunswick as a participating province;

Now therefore be it resolved that:

Save as hereinafter set forth the Comprehensive Agreement in respect of the establishment of the said Comprehensive Marketing Program shall continue in full force and effect as if the New Brunswick signatories had been signatories to the Comprehensive Agreement and the New Brunswick Minister of Agriculture and Rural Development, the New Brunswick Natural Products Control Board and the New Brunswick Turkey Marketing Board hereby agree to all of the respective covenants and agreements contained in the Comprehensive Agreement as apply to each of them respectively.

The parties further agree that the various schedules attached to the Comprehensive Agreement shall be amended as hereinafter set forth to reflect the addition of New Brunswick to the said Comprehensive Program.

#### Part I

The Minister of Agriculture for Canada and the New Brunswick Minister of Agriculture and Rural Development do hereby agree to recommend respectively to the Governor in Council and the Lieutenant

CONSIDERANT que, en vertu de la Loi fédérale sur les offices de commercialisation des produits de ferme et en vertu des lois provinciales sur la commercialisation des produits agricoles ci-après désignées:

Natural Products Marketing Act, Nova Scotia  
Loi des marchés agricoles du Québec  
The Farm Products Marketing Act, Ontario  
The Natural Products Marketing Act, Manitoba  
The Natural Products Marketing Act, Saskatchewan  
The Marketing of Agricultural Products Act, Alberta  
Natural Products Marketing (British Columbia) Act

Les signataires fédéraux avec les signataires des provinces de la Nouvelle-Ecosse, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont signé un accord fédéral-provincial relatif à la mise en place d'un système global de commercialisation visant à la réglementation de la commercialisation des dindons au Canada (désigné ici comme "accord global").

CONSIDERANT que les provinces de l'Île-du-Prince-Édouard, du Nouveau-Brunswick et de la Terre-Neuve n'étaient pas encore en mesure de participer à l'accord global au moment de son exécution mais ont exécuté plus tôt un appendice à l'accord global avec toutes les signataires de l'accord global;

CONSIDERANT que ledit appendice contient des provisions pour l'admission desdites provinces au moment où elles peuvent participer à l'accord global;

CONSIDERANT que les producteurs dans la province du Nouveau-Brunswick sont maintenant prêts à participer à l'accord global;

CONSIDERANT que ladite province a respecté toutes les provisions dudit appendice;

ET CONSIDERANT que l'Office canadien de commercialisation des dindons établi en vertu de l'accord global a approuvé l'admission du Nouveau-Brunswick comme province participante;

Qu'il soit maintenant résolu que:

Tel qu'établi dans l'Accord global relatif au système global de commercialisation, il devra continuer d'être en force comme si les signataires néo-brunswickois avaient été signataires de l'Accord global et le Ministre de l'Agriculture et du développement rural du Nouveau-Brunswick, le Natural Products Control Board du Nouveau-Brunswick et le New Brunswick Turkey Marketing Board par la présente consentent à toutes conventions et ententes respectives contenues dans l'Accord global telles qu'elles s'appliquent à chacun d'eux respectivement.

Les signataires acceptent que les diverses annexes de l'Accord global devront être modifiées tel que décrit ci-contre pour inclure le Nouveau-Brunswick dans le système global de commercialisation.

#### Partie I

Le Ministre de l'Agriculture du Canada et le Ministre de l'Agriculture et du développement rural du Nouveau-Brunswick acceptent par la présente de recommander au Gouverneur en Conseil et au Lieutenant-gouverneur en

Governor in Council of New Brunswick or the Natural Products Control Board for New Brunswick each within their respective jurisdiction under the British North America Act that the annexed amendments to the Marketing Plans be made approved and maintained in force according to the terms of the Comprehensive Agreement as amended by this Agreement and the terms of the Marketing Plans as amended by the annexed schedule.

#### Part II

The National Farm Products Marketing Council and the Natural Products Control Board for New Brunswick do hereby agree that they will make the annexed amendments to the Marketing Plans each within their respective jurisdictions to implement the provisions of this amending Agreement.

#### Part III

The New Brunswick Turkey Marketing Board does hereby agree to make the annexed amendments to the Marketing Plan and to take any action deemed necessary within its jurisdiction:

- (a) to implement the provisions of this amending Agreement on the day of the coming into force of the amendments to the Canadian Turkey Marketing Agency proclamation;
- (b) to avoid taking any action that would preclude or restrict such implementation.

#### Part IV

It is further understood that:

- (a) "amendments to the marketing Plans" as referred to in this amending agreement means in respect of the Federal Minister of Agriculture the amendments to the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation as set out in Schedule A and in respect of the New Brunswick Minister of Agriculture and Rural Development, the amendments to New Brunswick's provincial marketing plans or regulations as set out in Schedule B taking into consideration the differences mentioned therein or necessitated by the legislation in respect of the Province of New Brunswick; and
- (b) all other words and expressions have the same meaning as in the Comprehensive Agreement.

conseil du Nouveau-Brunswick ou le Natural Products Control Board, chacun dans les cadres de leur juridiction respectives, en vertu de la Loi de l'Amérique du Nord Britannique que les modifications aux plans de commercialisations ci-jointes soient adaptées, approuvées et appliquées conformément au terme de l'Accord global tel que modifié par cet Accord et aux termes des plans de commercialisation tel que modifié par l'annexe ci-jointe.

#### Partis II

Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme et le Natural Products Control Board du Nouveau-Brunswick conviennent par la présente qu'ils adapteront les modifications ci-jointes aux plans de commercialisation chacun dans les cadres de leur juridiction respective, relativement à l'application de cet accord modifiant.

#### Partis III

The New Brunswick Turkey Marketing Board consent par la présente à faire les modifications ci-jointes à son plan de commercialisation et à prendre toute action estimée nécessaire dans la cadre de sa juridiction:

- (a) d'appliquer les dispositions de cet accord modifiant la jour d'entrée en vigueur des modifications à la Proclamation de l'Office canadien de commercialisation des dindons;
- (b) d'éviter toute mesure susceptible d'empêcher ou d'entraver une telle application.

#### Partie IV

Il est de plus entendu que:

- (a) Les modifications aux plans de commercialisation telles que mentionnées dans cet accord modifiant signifient, en ce qui concerne le ministre fédéral de l'Agriculture, les modifications à la proclamation de l'Office canadien de commercialisation des dindons figurant à l'annexe A et en ce qui concerne le ministre de l'Agriculture et du développement rural du Nouveau-Brunswick, les modifications au plan de commercialisation du Nouveau-Brunswick ou règlements respectifs tel qu'indiqué à l'annexe B compte tenu des différences y mentionnées ou requises par la législation relativement à la province du Nouveau Brunswick; et
- (b) tout autre mots et expressions ont le même sens tel que défini dans l'Accord global.

October 10, 1974

le 10 octobre, 1974

---

Minister of Agriculture for Canada  
Le Ministre de l'Agriculture du Canada

---

Minister of Agriculture and Rural Development for New Brunswick  
Le Ministre de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick

---

National Farm Products Marketing Council  
Conseil national de commercialisation des produits de ferme

---

Natural Products Control Board for New Brunswick

---

New Brunswick Turkey Marketing Board

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

supplementary to the Agreement of

September 26, 1973

known as the

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

in respect of

the establishment of a

COMPREHENSIVE MARKETING PROGRAM

for the purpose of regulating the

marketing of

TURKEYS

in

Canada

ACCORD FÉDÉRAL-PROVINCIAL

ajout à l'accord

FÉDÉRAL-PROVINCIAL

du 26 Septembre, 1973

relatif à la mise

en place d'un

SYSTEME GLOBAL DE COMMERCIALISATION

visant à la réglementation de la

commercialisation des

DINDONS

au

Canada

WHEREAS by the Federal-Provincial Agreement in respect of the establishment of a Comprehensive Marketing Program for the purpose of regulating the marketing of Turkeys in Canada, dated September 26, 1973 (herein called the "Comprehensive Agreement") the signatories agree that certain Marketing Plans be made, approved and maintained in force in accordance with the terms of the Comprehensive Agreement;

AND WHEREAS pursuant to the said Comprehensive Agreement, the Lieutenant Governors in Council have each made, approved, and maintained in force a Marketing Plan (herein called the "said Marketing Plans") for the Commodity Boards which are signatories to this Agreement;

AND WHEREAS the parties have agreed that it is desirable to amend the Comprehensive Agreement and on the terms set out herein;

NOW THEREFORE, IN CONSIDERATION of the mutual covenants hereunder, the parties agree as follows:

1. That Part I of the Comprehensive Agreement be amended by deleting paragraph (b) and substituting therefor the following:

"(b.1) Unless there is unanimous consent of all parties to this Agreement (with the exception of the parties from any province where the Commodity Board for that province has withdrawn from the Comprehensive Marketing Program) no changes will be made to the marketing plans referred to in paragraph (a);

(b.2) Where a Commodity Board wishes to withdraw from the Comprehensive Marketing Program at least 12 months written notice must be given to the Agency and to the National Farm Products Marketing Council;

(i) by the Commodity Board with the concurrence with its Supervisory Board and its Provincial Minister of Agriculture which notice shall be given during the month of December in any year;

Étant donné qu'en vertu de la'accord fédéral-provincial relatif à l'établissement d'un système global de commercialisation des dindons au Canada, en date du 26 septembre 1973, (ci-après nommé l'Accord global) les signataires consentent ce que certains plans de commercialisation soient faits, approuvés et mis en vigueur conformément aux conditions de l'Accord global;

Et étant donné qu'aux termes de ce même Accord global, chacun des lieutenant gouverneurs en conseil a fait, a approuvé et mis en vigueur un Plan de commercialisation (ci-après nommé les Plans de commercialisation) pour les Offices de commercialisation qui sont les signataires du présent accord;

Étant donné aussi que les deux parties reconnaissent qu'il est utile de modifier l'Accord global de commercialisation aux conditions énoncées dans le présent accord,

A CES CAUSES, EN TENANT COMPTE des stipulations réciproques ci-après, les parties s'entendent comme suit:

1. Que la Partie I de l'Accord global soit modifiée en supprimant l'alinéa (b) et en remplaçant ce qui suit:

(b.1) Qu'aucune modification ne soit apportée aux plans de commercialisation mentionnés à l'alinéa (a), à moins du consentement des parties contractantes (à l'exception des parties qui seraient une province ou l'Office de commercialisation de cette province s'est retiré du plan global de commercialisation);

(b.2) Tout office de commercialisation désireux de se retirer du système global de commercialisation en avise par écrit l'Office canadien au moins 12 mois à l'avance, et également le Conseil national de commercialisation des produits de ferme;

(i) par l'Office de commercialisation de concert avec sa Régie et son ministre provincial de l'Agriculture, cet avis devant être donné durant le mois de décembre, peu importe l'année,



(ii) the notice referred to in paragraph (i) may be withdrawn by the Commodity Board at any time prior to March 31st in the year following the year in which such notice was given;

(iii) if the notice referred to in paragraph (i) is not withdrawn before the time mentioned in paragraph (ii) the Province of the Commodity Board which gives the notice shall cease to be a participant in the Agency on the 31st of December in the year following the year in which such notice was given at which time the Council will advise the Minister of Agriculture to amend the proclamation;

(iv) a Province which has ceased to be a participant in the Agency may be re-admitted at any time upon such terms and conditions as may be agreed upon by all the signatories of this Agreement."

2. The parties further agree to take all her necessary additional action or measures to implement the provisions of this Agreement.

3. This agreement may be executed in several counter-parts each of which when executed by any party hereto shall be deemed to be an original and such counter-parts shall together constitute one and the same instrument.

IN WITNESS WHEREOF the parties have hereunto executed this Agreement.

Date , 1983.

(ii) l'avis mentionné à l'alinéa (i) peut être retiré par l'Office de commercialisation n'importe quand avant le 31 mars de l'année suivant son émission;

(iii) si l'avis mentionné à l'alinéa (i) n'est pas retiré avant la période visée par l'alinéa (ii), l'Office de commercialisation qui l'a donné cesse d'être participant le 31 décembre suivant, à laquelle date le Conseil recommandera au Ministre de l'Agriculture de modifier le texte de la proclamation;

(iv) une province qui a cessé sa participation à l'Office canadien peut être réintégrée à n'importe quel moment sous réserve des conditions pouvant être acceptées de tous les signataires du présent accord;

2. De plus, les parties s'entendent pour prendre toute action supplémentaire ou toutes les mesures qui s'imposent pour mettre à exécution les dispositions du présent accord.

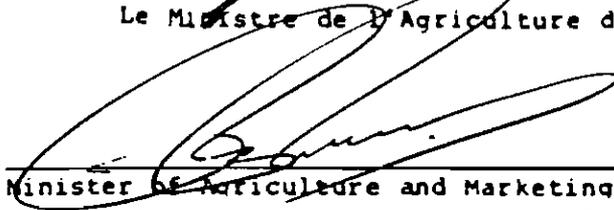
3. Le présent accord peut être fait et passé en doubles et chacun de ces doubles doit être considéré par l'une et l'autre des parties en cause comme l'original; ces doubles doivent constituer ensemble un seul et même acte juridique.

ENFOI DE QUOI, les parties ont signé ci-après ce accord.

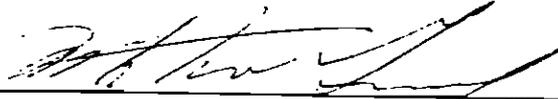
jour de 1983



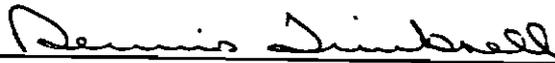
Minister of Agriculture for Canada  
Le Ministre de l'Agriculture du Canada



Minister of Agriculture and Marketing for Nova Scotia  
Le Ministre de l'Agriculture et de la commercialisation de la Nouvelle-Ecosse



Minister of Agriculture and Rural Development of New Brunswick  
Le Ministre de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick



Minister of Agriculture and Food for Ontario  
Le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario



Minister of Agriculture for Manitoba  
Le Ministre de l'Agriculture du Manitoba



Le Ministre de l'Agriculture, des pêcheries et de l'alimentation  
du Québec



Le Ministre délégué aux Affaires Intergouvernementales canadiennes

L. J. McPhee  
Minister of Agriculture for Saskatchewan  
Le Ministre de l'Agriculture de la Saskatchewan

APPROVED AS A BINDING  
INTERPROVINCIAL AGREEMENT  
FOR THE PROVINCE OF ALBERTA

L. Roy  
Minister of Agriculture for Alberta  
Le Ministre de l'Agriculture de l'Alberta

W. J. Stewart  
Minister of Federal and  
Intergovernmental Affairs

H. W. Chused  
Minister of Agriculture for British Columbia  
Le Ministre de l'Agriculture de la Colombie-Britannique

A. J. McNeil  
National Farm Products Marketing Council  
Conseil national de commercialisation des produits de ferme

Canadian Turkey Marketing Agency

H. Curry  
Natural Products Marketing Council (Nova Scotia)

N. Raymond Seal  
New Brunswick Farm Products Marketing Commission

René Lévesque  
Quebec Agriculture Marketing Board  
Regie des marches agricoles du Quebec

John R. ...  
The Farm Products Marketing Board of Ontario

*Wood*

The Manitoba Natural Products Marketing Council

*Fullbright*

Natural Products Marketing Council for Saskatchewan

*Harry J. Buckley*

Alberta Agricultural Products Marketing Council

*C. J. Emery*

British Columbia Marketing Board

*A. D. Sweetnam*

Nova Scotia Turkey Marketing Board

*E. Firth*

New Brunswick Turkey Marketing Board

*Laurent Meunier*

Fédération des Producteurs de volailles du Québec

*Harry Hayter*

The Ontario Turkey Producers Marketing Board

*William A. Chasmer*

The Manitoba Turkey Producers Marketing Board

*J. H. Kinsler*

Saskatchewan Turkey Producers Marketing Board

*Paul J. Egan*

Alberta Turkey Growers' Marketing Board

*Walter Reddy*

British Columbia Turkey Marketing Board

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

supplementary to the Agreement of

September 26, 1973

known as the

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENT

in respect of

the establishment of a

COMPREHENSIVE MARKETING PROGRAM

for the purpose of regulating the

marketing of

TURKEYS

in

Canada

ACCORD FEDERAL-PROVINCIAL

ajout à l'Accord

FEDERAL-PROVINCIAL

du 26 septembre, 1973

relatif à la mise

en place d'un

SYSTEME GLOBAL DE COMMERCIALISATION

visant à la réglementation de la

commercialisation des

DINDONS

au

Canada

WHEREAS by the Federal-Provincial Agreement in respect of the establishment of a Comprehensive Marketing Program for the purpose of regulating the marketing of Turkeys in Canada, dated September 26, 1973 (herein called the "Comprehensive Agreement") the signatories agree that certain Marketing Plans be made, approved and maintained in force in accordance with the terms of the Comprehensive Agreement;

AND WHEREAS pursuant to the said Comprehensive Agreement, the Lieutenant Governors in Council have each made, approved, and maintained in force a Marketing Plan for the Commodity Boards which are signatories to this Agreement;

AND WHEREAS the parties have agreed that it is desirable to amend the Comprehensive Agreement and on the terms set out herein;

NOW THEREFORE, IN CONSIDERATION of the mutual covenants hereunder, the parties agree as follows:

1. That the current Part V - interpretation of the Federal-Provincial Agreement shall become Part VI - interpretation and a new Part V - compliance shall be added as follows:

(a) The Agency and the Provincial Commodity Boards shall enter into and execute a Promotion Agreement, which agreement shall contain inter alia the provisions as set out following:

CONSIDERANT qu'en vertu de l'Accord fédéral-provincial relatif à la mise en ce d'un Système global de commercialisation visant à la réglementation de la commercialisation des dindons au Canada, en date du 26 septembre 1973, (ci-après nommé "l'Accord global") les signataires consentent à ce que certains plans de commercialisation soient adoptés, approuvés et appliqués conformément aux termes de l'Accord global;

ET CONSIDERANT qu'aux termes dudit Accord global, chacun des Lieutenants-gouverneurs en conseil a adopté, approuvé et appliqué un Plan de commercialisation pour les Offices provinciaux de commercialisation qui sont les signataires du présent Accord;

ET CONSIDERANT que les parties ont venu de l'utilité à modifier l'Accord global aux termes énoncés dans le présent Accord;

QU'IL SOIT MAINTENANT RESOLU, EN TENANT COMPTE des conventions mutuelles ci-après, que les parties s'entendent comme suit:

1. Que la Partie courante V - interprétation de l'Accord Fédéral-Provincial devienne Partie VI - interprétation et une nouvelle Partie V - conformité soit ajoutée comme suit:

(a) L'Office et les Offices provinciaux de commercialisation devront conclure et appliquer un accord de promotion qui devra comprendre entre autres les dispositions suivantes:

(i) a marketing cutback for the control period immediately following the control period in which the commodity board has exceeded its provincial allocation, the amount of such marketing cutback to be equal to the amount by which the commodity board has exceeded its provincial allocation; and

(ii) a monetary penalty in such amount as the Agency shall determine payable by the commodity board to the Agency at such time and in such manner as determined by the Agency. The minimum monetary penalty shall be not less than 22¢ per kilogram.

(b)  
(i) As evidence of their good faith, the commodity board will, at the beginning of each control period, post such bonds and sureties and in such amount as the Agency shall determine, which bonds and sureties are to be forfeited by the commodity board to the Agency in full or partial satisfaction as the case may be of a monetary penalty imposed by the Agency pursuant to this paragraph, it being agreed that the forfeiture of such bonds and sureties should they be in an amount less than the penalties imposed by the Agency will not represent payment in full of the penalty imposed but would leave owing to the Agency by the commodity board that amount by which the penalty imposed on the commodity board exceeds the amount of the bond or surety forfeited to the Agency.

(i) une diminution du contingent pour la période de contrôle suivant immédiatement celle durant laquelle l'office provincial a dépassé son attribution, dont le chiffre sera égal à celui de l'excédent; et

(ii) une amende dont le montant sera déterminé par l'Office et payable à celui-ci par l'office provincial au moment et de la façon déterminés par l'Office. Cette amende ne devra pas être inférieure à 22¢ par kilogramme.

(b)  
(i) Comme preuve de sa bonne foi, l'office provincial déposera, au début de chaque période de contrôle, les cautions et garanties au montant fixé par l'Office, lesdites cautions et garanties devant être abandonnées s'il y a lieu à l'Office, intégralement ou partiellement selon le cas, en règlement d'une amende imposée en vertu de ce paragraphe, étant entendu que si le montant de ces cautions et garanties est inférieur à l'amende imposée, elles ne constitueront pas le paiement intégral de ladite amende et que la différence entre celle-ci et le montant des cautions et garanties restera à payer.

(ii) Any amount left owing to the Agency following the forfeiture of the bonds and sureties shall be payable by the commodity board to the Agency and in such manner as determined by the Agency, in accordance with the terms and conditions contained in the Promotion Agreement.

(c) Monetary penalties paid to the Agency may be returned to a commodity board if the commodity board upon which the penalties were imposed satisfies the Agency that the over-marketings for which the monetary penalties were imposed occurred as the result of:

(i) strikes or labour disputes interfering with the scheduled transportation or slaughter of turkeys; or

(ii) natural destruction, bankruptcy or other discontinuance of operation of a processing plant interfering with the scheduled slaughter of turkeys provided that the Agency receives from the affected province within 45 days of the end of the control period for which the monetary penalty was imposed written evidence establishing that upon the occurrence of the interference with scheduled transportation and slaughter herein set out, immediate efforts were made by the producer to mitigate his problems by appropriate measures including finding alternate means of transportation and slaughter; or

(ii) Tout montant restant dû après l'abandon des cautions et garanties sera payable à l'Office par l'office provincial, de la façon déterminée par l'Office, conformément aux termes et conditions figurant à l'Accord de promotion.

(c) Les amendes payées à l'Office peuvent être retournées à un office de commercialisation provincial si celui-ci prouve effectivement à l'Office que l'excédent ayant fait l'objet de l'amende provenait de:

(i) grèves ou conflits ouvriers entravant le transport ou l'abattage des dindons, tel que programmés; ou

(ii) la destruction naturelle, faillite ou autres interruptions de fonctionnement d'un établissement de transformation, à condition que l'Office reçoive de la province affectée, dans les 45 jours suivant la fin de la période de contrôle ayant fait l'objet de l'amende, une attestation écrite prouvant que dès que sont survenues les difficultés entravant le transport et l'abattage prévus, des efforts immédiats ont été faits par le producteur pour essayer de remédier aux problèmes par des mesures appropriées, parmi lesquelles le recours à d'autres moyens de transport et d'abattage; ou



(iii) a disease affecting a producer's flock resulting in that producer's flock being marketed in a production year earlier than the production year anticipated provided that the Agency receives from the affected province within 45 days of the date of marketing of such flock a letter of certification by an attending local veterinarian and a letter from a government approved provincial or federal laboratory certifying in detail the necessity of such early marketings.

(iii) une maladie ayant affecté le troupeau d'un producteur et nécessité la vente de ce troupeau antérieurement à l'année prévue, à condition que l'Office reçoive de la province affectée, dans les 45 jours suivant la date de la vente de ce troupeau, une lettre d'attestation d'un vétérinaire local et une lettre d'un laboratoire homologué par le gouvernement fédéral ou provincial, certifiant en détail la nécessité de cette vente anticipée.

(d) If the commodity board upon which a monetary penalty was imposed is not satisfied by a decision of the Agency pursuant to the provisions of this Part, that commodity board may appeal the decision of the Agency to the National Farm Products Marketing Council within fifteen (15) days of written notice by the Agency of its decision. The decision of the National Farm Products Marketing Council with respect to the imposition of the monetary penalty will be final.

(d) Si l'office provincial auquel l'amende a été infligée n'est pas satisfait d'une décision de l'Office en vertu des dispositions de cette partie, cet office provincial peut faire appel contre la décision de l'Office au Conseil national de commercialisation des produits agricoles dans les quinze (15) jours suivant la notification écrite de cette décision par l'Office. La décision du Conseil national de commercialisation des produits agricoles en ce qui concerne l'imposition de l'amende sera sans appel.

(e) Monetary penalties paid to the Agency may be returned to the commodity board upon which the penalties were imposed if the Agency is satisfied that the overmarketings occurred as the result of turkeys being slaughtered in that province and exported from Canada pursuant to an export agreement between the Agency and the commodity board under the terms of an export policy developed under Paragraph 9 (b) of Schedule C to this agreement.

(e) Les amendes payées à l'Office peuvent être retournées à l'office provincial auquel elles ont été infligées si l'Office obtient la certitude que l'excédent en cause consistait de dindons abattus dans cette province et exportés du Canada, en vertu d'un accord d'exportation conclu entre l'Office et l'office provincial selon les termes d'une politique d'exportation exposée au Paragraphe 9 (b) de l'Annexe C du présent accord.

2. The parties further agree to take all other necessary additional action or measures to implement the provisions of this Agreement.

3. This Agreement may be executed in several counterparts each of which when executed by any party hereto shall be deemed to be an original and such counterparts shall together constitute one and the same instrument.

IN WITNESS WHEREOF the parties have hereunto executed this Agreement.

DATED the            day of            1984.

2. Les parties conviennent, en outre, de prendre toute action ou mesure supplémentaire nécessaire à l'application des dispositions contenues dans le présent Accord.

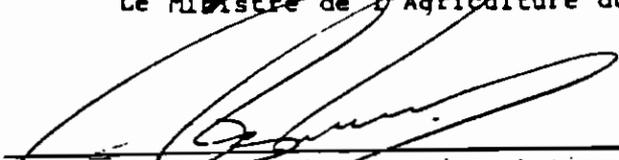
3. Le présent Accord peut être exécuté en plusieurs duplicatas et chacun de ces duplicatas, quand exécuté par l'une ou l'autre des parties en cause, devant être considéré comme l'original; ces duplicatas doivent constituer ensemble un seul et même instrument.

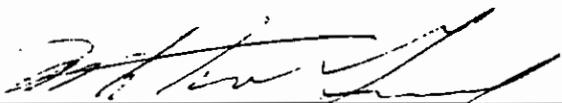
EN FOI DE QUOI, les parties ont signé ci-après le présent Accord.

DATE le            jour de            1984.



  
Minister of Agriculture for Canada  
Le Ministre de l'Agriculture du Canada

  
Minister of Agriculture and Marketing for Nova Scotia  
Le Ministre de l'Agriculture et de la commercialisation de la Nouvelle-Ecosse

  
Minister of Agriculture and Rural Development of New Brunswick  
Le Ministre de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick

  
Minister of Agriculture and Food for Ontario  
Le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario

  
Minister of Agriculture for Manitoba  
Le Ministre de l'Agriculture du Manitoba

  
Minister of Agriculture, Fisheries and Food for Quebec  
Le Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec  
(Michel Pagé)

  
Minister of International Relations and  
Minister responsible for Canadian Intergovernmental Affairs  
Ministre des Affaires intergouvernementales canadiennes  
(Gil Rémillard)

L. H. J. - - - Th  
Minister of Agriculture for Saskatchewan  
Le Ministre de l'Agriculture de la Saskatchewan

APPROVED AS A BINDING  
INTERPROVINCIAL AGREEMENT  
FOR THE PROVINCE OF ALBERTA

L. Roy Gosselin Cliff Wilson  
Minister of Agriculture for Alberta Minister of Federal and  
Le Ministre de l'Agriculture de l'Alberta Intergovernmental Affairs

H. W. Chesed  
Minister of Agriculture for British Columbia  
Le Ministre de l'Agriculture de la Colombie-Britannique

A. J. M. M. M.  
National Farm Products Marketing Council  
Conseil national de commercialisation des produits de ferme

Canadian Turkey Marketing Agency

H. Curry  
Natural Products Marketing Council (Nova Scotia)

N. R. S. S.  
New Brunswick Farm Products Marketing Commission

G. Prigent  
Quebec Agriculture Marketing Board  
Régie des marchés agricoles du Québec  
(Gilles Prigent)

The Farm Products Marketing Board of Ontario

Wood  
The Manitoba Natural Products Marketing Council

Hubert  
Natural Products Marketing Council for Saskatchewan

Harry J. Buckley  
Alberta Agricultural Products Marketing Council

A. J. Emery  
British Columbia Marketing Board

S. Downe  
Nova Scotia Turkey Marketing Board  
(S. Downe)

Malcolm Sprague  
New Brunswick Turkey Marketing Board

L'Office de commercialisation du dindon du Nouveau-Brunswick  
(Malcolm Sprague)

Laurent Thivierge  
Fédération des Producteurs de volailles du Québec

John DeKlerk  
The Ontario Turkey Producers' Marketing Board  
(John DeKlerk)

William A. Chasmer  
The Manitoba Turkey Producers Marketing Board

J. H. Simons  
Saskatchewan Turkey Producers Marketing Board

Ed. J. Egan  
Alberta Turkey Growers' Marketing Board

J. W. Pennington  
British Columbia Turkey Marketing Board  
(J.W. Pennington)

Schedule "A"

CANADA

Annexe "A"

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.

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.

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

A tous ceux à qui les présentes parviendront ou que les présentes peuvent de quelque manière concerner,

GREETING:

SALUT:

A PROCLAMATION

PROCLAMATION

WHEREAS in and by subsection 17 (1) of the Farm Products Marketing 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 he 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;

VU qu'il est prévu au paragraphe 17 (1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme que le Gouverneur en conseil peut établir un office ayant des pouvoirs relativement à un ou plusieurs produits de ferme dont la commercialisation aux fins du commerce interprovincial et du commerce d'exportation n'est pas réglementée en application de la Loi sur la Commission canadienne du blé ou de la Loi sur la Commission canadienne du lait, lorsqu'il est convaincu que la majorité des producteurs du produit de ferme au Canada est en faveur de la création d'un office;

AND WHEREAS the Governor in Council is satisfied a majority of the producers of turkeys in Canada favour of the establishment of such an agency.

ET VU que le Gouverneur en conseil est assuré que la majorité des producteurs de dindons du Canada est en faveur de la création d'un tel office.

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 the Canadian Turkey Marketing Agency, consisting of six members appointed in the manner and for the terms set forth in the Schedule hereto.

SACHEZ DONC MAINTENANT QUE, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, nous établissons, en vertu de Notre présente proclamation, un office qui sera appelé Office canadien de commercialisation des dindons et sera composé de six membres nommés de la manière et pour la durée mentionnées dans l'annexe ci-jointe.

AND KNOW YOU FURTHER that We are pleased to specify that the farm product in relation to which the Canadian Turkey Marketing Agency may exercise its powers is and such powers may be exercised in relation to turkeys produced in the provinces of Québec, Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta, British Columbia and Nova Scotia; and anywhere in Canada outside the said provinces for shipment into those provinces in interprovincial trade and not for export.

SACHEZ DE PLUS qu'il Nous plaît de préciser que le produit de ferme pour lequel l'Office canadien de commercialisation des dindons peut exercer ses pouvoirs comprend les dindons produits dans les provinces du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta de la Colombie-Britannique et de la Nouvelle-Ecosse; et ailleurs au Canada en dehors desdites provinces pour expédition auxdites provinces dans le commerce interprovincial et non pour exportation.

AND KNOW YOU FURTHER that We are pleased to specify that the manner of designation of the chairman and vice-chairman of the Canadian Turkey Marketing Agency, the place within Canada where the head office of the Agency is situated and the terms of the marketing plan that the Agency is empowered to implement shall be as set forth in the Schedule hereto.

SACHEZ DE PLUS qu'il Nous plaît de préciser que le mode de désignation du président et du vice-président de l'Office canadien de commercialisation des dindons, le lieu où se trouve situé au Canada le siège social de l'Office et les modalités du plan de commercialisation que l'Office a le pouvoir d'exécuter sont ceux qui sont fixés dans l'annexe ci-jointe.

AND KNOW YOU FURTHER that We are pleased to specify that the Proclamation and the Schedule hereto may be cited as the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation.

SACHEZ DE PLUS qu'il Nous plaît de préciser que la présente proclamation et l'annexe y afférente peuvent être citées sous le titre de proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des dindons.

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.

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.

In Testimony Whereof, We have caused these Our Letters to be made Patent and the Great Seal of Canada to be hereunto affixed. Witness: Our Right Trusty and Well-beloved Counsellor, Roland Michener, 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.

En foi de quoi, Nous avons fait remettre Nos présentes Lettres patentes et à icelles fait apposer le Grand Sceau du Canada. Témoin: Notre très fidèle et bien-aimé Conseiller, Roland Michener, 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.

At Our Government House, In Our City of Ottawa, this  
day of \_\_\_\_\_ in the year  
of Our Lord one thousand nine hundred and seventy-  
three and in the twenty-second year of Our Reign.

A Notre Hôtel du Gouvernement, en Notre Ville d'Ottawa, ce  
jour de \_\_\_\_\_ en  
l'an de grâce mil neuf cent soixante-treize, le ving  
deuxième de Notre Règne.

SCHEDULE

1. In this Schedule,

"Act" means the Farm Products Marketing Agencies Act;

"Agency" means the Canadian Turkey Marketing Agency established by the proclamation of which this Schedule is a part;

"Commodity Board" means, in respect of the Province of

- (a) Québec, the Fédération des producteurs de volailles du Québec,
- (b) Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board,
- (c) Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board,
- (d) Saskatchewan, the Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board,
- (e) Alberta, The Alberta Turkey Growers' Marketing Board,
- (f) British Columbia, the British Columbia Turkey Marketing Board;
- (g) Nova Scotia, The Nova Scotia Turkey Marketing Board,

"Plan" means the marketing plan the terms of which are set out in Part II of this Schedule;

"regulated area" means the Provinces of British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Québec and Nova Scotia.

"unregulated area" means any part of Canada not contained within the regulated area.

PART I

The Agency

2. (1) The Governor in Council shall after consultation with the Commodity Boards appoint the first members of the Agency to hold office until the expiration of the first fiscal year of the Agency, as fixed by by-law of the Agency.

(2) The Commodity Board may from time to time appoint a Canadian citizen who is a resident of the province for which that Board is established to be a member of the Agency and, each person so appointed holds office for a term of one year.

(3) The members of the Agency first appointed under subsection (2) shall assume office on the expiration of the terms of the members appointed by the Governor in Council pursuant to subsection (1).

ANNEXE

1. Dans la présente annexe,

"Loi" désigne la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme;

"Office" désigne l'Office canadien de commercialisation des dindons établi par la proclamation dont la présente annexe fait partie;

"Office de commercialisation" désigne l'un des organismes suivants dans les provinces:

- (a) du Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec,
- (b) de l'Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board,
- (c) du Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board,
- (d) de la Saskatchewan, le Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board,
- (e) de l'Alberta, l'Alberta Turkey Growers Marketing Board,
- (f) de la Colombie-Britannique, la British Columbia Turkey Marketing Board;
- (g) de la Nouvelle-Ecosse, The Nova Scotia Turkey Marketing Board,

"Plan" désigne le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la Partie II de la présente annexe;

"région réglementée" désigne les provinces de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba, de l'Ontario, du Québec et de la Nouvelle-Ecosse.

"région non-réglémentée" désigne toute partie du Canada qui n'est pas contenue dans la région réglementée.

PARTIE I

L'Office

2. (1) Le Gouverneur en conseil, après consultation avec les Offices de commercialisation nomme les premiers membres de l'Office qui exerceront leurs fonctions jusqu'à l'expiration de la première année financière de l'Office, telle qu'elle est fixée par règlement administratif de l'Office.

(2) L'Office de commercialisation de chaque province peut périodiquement nommer un citoyen canadien résidant de la province où cet Office de commercialisation est établi, en tant que membre de l'Office, toute personne ainsi nommée exerce ses fonctions pendant une année.

(3) Les premiers membres de l'Office à être nommés en vertu du paragraphe (2) assument leurs fonctions à l'expiration du mandat des membres nommés par le Gouverneur en conseil en vertu du paragraphe (1).



3. The members of the Agency shall, at their first meeting and annually thereafter, elect from among themselves a chairman and vice-chairman of the Agency, and the members so elected shall hold office as such until their successors are elected in accordance with this section.

4. The head office of the Agency shall be in the city of Winnipeg in the Province of Manitoba.

## PART II

### The Marketing Plan

1. In this Part,

"Board" means, in respect of the Province of

- (a) Québec, the Québec Agricultural Marketing Board,
- (b) Ontario, The Farm Products Marketing Board,
- (c) Manitoba, The Manitoba Marketing Board,
- (d) Saskatchewan, the Natural Products Marketing Council,
- (e) Alberta, the Alberta Agricultural Products Marketing Council,
- (f) British Columbia, The British Columbia Marketing Board,
- (g) Nova Scotia, The Nova Scotia Marketing Board;

"marketing", in relation to turkeys, means selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and re-selling, whether in whole or in processed form;

"quota" means the number of pounds of turkey meat that a turkey producer is entitled to market in inter-provincial or export trade through normal marketing channels or to have marketed on his behalf by the Agency in interprovincial or export trade during a specified period of time;

"quota system" means a system whereby turkey producers are assigned quotas by the Agency thus enabling the Agency to fix and determine the quantity, if any, in which turkeys or any variety, class or grade thereof may be marketed in interprovincial or export trade by each turkey producer and by all turkey producers.

### Quota System

2. (1) The Agency shall, by order or regulation, establish a quota system by which quotas are assigned to all members of classes of turkey producers in each province to whom quotas are assigned by the appropriate Board or Commodity Board.

3. Les membres de l'Office doivent se choisir parmi eux, lors de leur première réunion et annuellement par la suite, un président et un vice-président de l'Office qui exercent leurs fonctions jusqu'à ce que leurs successeurs soient choisis conformément au présent article.

4. Le siège social de l'Office est situé dans la ville de Winnipeg dans la province du Manitoba.

## PARTIE II

### Plan de commercialisation

1. Dans la présente partie,

"Régie" désigne l'un des organismes suivants dans la province

- (a) du Québec, la Régie des marchés agricoles du Québec;
- (b) de l'Ontario, The Farm Products Marketing Board,
- (c) du Manitoba, The Manitoba Marketing Board,
- (d) de la Saskatchewan, le Natural Products Marketing Council,
- (e) de l'Alberta, l'Alberta Agricultural Products Marketing Council,
- (f) de la Colombie-Britannique, The British Columbia Marketing Board,
- (g) de la Nouvelle-Ecosse, The Nova Scotia Marketing Board;

"commercialisation", en ce qui concerne les dindons, désigne la vente et la mise en vente, l'achat, la fixation des prix, l'assemblage, l'emballage, la transformation, le transport, l'entreposage et la revente, que ce soit en forme entière ou sous forme transformée;

"contingent" désigne le nombre de livres de dindons qu'un producteur de dindons a le droit de vendre dans le commerce interprovincial ou d'exportation par les circuits normaux de commercialisation, ou de faire vendre pour son compte par l'Office dans le commerce interprovincial ou d'exportation, au cours d'un période de temps déterminé;

"système de contingentement" désigne un système en vertu duquel l'Office assigne des contingents aux producteurs de dindons, permettant à l'Office de fixer et de déterminer, s'il y a lieu, les quantités de dindons de toute espèce, classe ou catégorie qui pourront être vendus dans le commerce interprovincial ou d'exportation par chacun ou par l'ensemble des producteurs de dindons.

### Système de contingentement

2. (1) L'Office doit, par règlement ou ordonnance, instituer un système de contingentement par lequel des contingents sont fixés pour tous les membres de différentes classes de producteurs de dindons de chaque province auxquels des contingents sont fixés par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent.

(2) The Agency, in establishing a quota system, shall assign quotas in such manner that the number of pounds of turkey meat produced in a province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade in the year 1973, when taken together with the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the same year, pursuant to quotas assigned by the appropriate Board or Commodity Board, and the number of pounds of turkey meat produced in the province and anticipated to be marketed in the same year, other than as authorized by a quota assigned by the Agency or by the appropriate Board or Commodity Board, will equal the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Plan for the province.

3. For the purposes of subsection 2 (2) of this Plan, the number of pounds of turkey meat set out in this section for a province or for the unregulated area is the number of pounds set out in Column II of an item of the following table in respect of the province or the unregulated area set out in Column I of that item.

TABLE

Column I	Column II lbs.
British Columbia	20,500,000
Alberta	18,250,000
Saskatchewan	8,000,000
Manitoba	17,250,000
Ontario	92,000,000
Québec	54,000,000
Nova Scotia	2,500,000
Unregulated area	1,500,000

4. (1) No order or regulation shall be made where the effect thereof would be to increase the aggregate of

- (a) the number of pounds of turkey meat produced in a province and authorized by quotas assigned by the Agency and by the appropriate Board or Commodity Board to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade, and
- (b) the number of pounds of turkey meat produced in a province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade other than as authorized by quotas assigned by the Agency and by the appropriate Board or Commodity Board

to a number that exceeds, on a yearly basis, the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Plan for the province unless the Agency has taken into account

- (c) the principle of comparative advantage of production,
- (d) any variation in the size of the market for turkeys,
- (e) any failures by turkey producers in any province or provinces to market the number of pounds of turkey meat authorized to be marketed,

(2) L'Office doit, en instituant le système de contingentement, fixer les contingents de telle sorte que le nombre de livres de dindons produit dans une province et qu'il sera permis de vendre dans le commerce interprovincial et d'exportation pour l'année 1973 et le nombre de livres de dindons produit dans la province et qu'il sera permis de vendre au cours de la même année dans le commerce intraprovincial, dans les limites des contingents fixés par la Régie ou l'Office de commercialisation pertinent, ainsi que le nombre de livres de dindons produit dans la province et dont on prévoit la mise en vente au cours de la même année, en dehors des contingents fixés par l'Office, la Régie ou l'Office de commercialisation pertinent, égalent le nombre de livres de dindons fixé à l'article 3 du présent Plan pour la province.

3. Aux fins du paragraphe 2 (2) du présent Plan, le nombre de livres de dindons indiqué dans cet article pour une province est le nombre de livres indiqué à un article du tableau ci-après, dans la colonne II, en regard du nom de la province indiqué à ce même article dans la colonne I.

TABLEAU

Colonne I	Colonne II lbs
Colombie-Britannique	20,500,000
Alberta	18,250,000
Saskatchewan	8,000,000
Manitoba	17,250,000
Ontario	92,000,000
Québec	54,000,000
Nouvelle-Ecosse	2,500,000
Région non-réglémentée	1,500,000

4. (1) Aucune ordonnance ne doit être rendu ni aucun règlement établi lorsqu'ils pourraient avoir pour effet de porter le total

- (a) du nombre de livres de dindons produits dans une province et que l'Office et la Régie ou l'Office de commercialisation pertinent autorisent par contingents fixés de vendre dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation, et
- (b) du nombre de livres de dindons produit dans une province, dont on prévoit la mise en vente dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation et autorisé en dehors des contingents fixés par l'Office et par la Régie ou l'Office de commercialisation pertinent

à un chiffre dépassant, sur une base annuelle, le nombre de livres de dindons indiqué à l'article 3 du présent Plan pour la province, à moins que l'Office n'ait pris en considération

- (c) le principe de l'avantage comparé de production,
- (d) tout changement du volume du marché des dindons,
- (e) toute incapacité des producteurs de dindons d'une ou de plusieurs provinces de vendre le nombre de livres de dindons qu'ils sont autorisés à vendre

- (f) the feasibility of increased production in each province available to be marketed,
- (g) the existing production and storage facilities in each province, and
- (h) the comparative transportation costs to market areas from alternative sources of production.

- (f) la possibilité d'accroître la production dans chaque province en vue de la commercialisation,
- (g) les facilités existantes pour la production et l'entreposage dans chaque province, et
- (h) l'état comparatif des frais de transport vers les marchés à partir de différents points de production.

(2) No order or regulation shall be made pursuant to subsection (1) unless the Agency is satisfied that the size of the market for turkeys has changed significantly.

(2) Aucune ordonnance ne doit être rendue ni aucun règlement établi au vertu du paragraphe (1), à moins que l'Office n'ait la certitude que l'importance du marché des dindons a sensiblement changé.

5. (1) The Agency may require each turkey producer to whom a quota is assigned as a condition of the assignment thereof to make available to the Agency or its agent all turkeys produced by him and available to be marketed in excess of the quotas assigned to him at a price not exceeding the difference, if any, between the price realized by the Agency or its agent on the marketing of such turkeys and its expenses related to such marketing.

5. (1) L'Office peut exiger de tout producteur de dindons auquel un contingent a été fixé, comme condition de ce contingentement, qu'il mette à la disposition de l'Office ou de son représentant tous les dindons produits par lui et qui sont mis en vente en sus du contingent qui lui a été fixé, à un prix ne dépassant pas la différence, s'il en est, entre le prix obtenu par l'Office ou son représentant pour la vente de ces dindons, et les frais relatifs à cette opération de vente.

(2) The Agency shall, in any province where an equivalent requirement is enforced by the appropriate Board or Commodity Board, require each turkey producer to whom a quota is assigned, as a condition of the assignment thereof, to make available to the Agency or its agent all turkeys to be marketed in accordance with the quota assigned to him.

(2) L'Office doit exiger, dans toute province où cette exigence est mise en vigueur par la Régie ou l'Office de commercialisation pertinent, que tout producteur de dindons auquel un contingent a été fixé comme condition de ce contingentement, mette à la disposition de l'Office ou de son représentant tous les dindons à vendre conformément au contingent qui lui a été fixé.

6. The Agency may market turkeys made available to it or its agent on an individual or collective basis and may pool the receipts from the marketing thereof and deduct from the pool the expenses incurred by it or by its agent in marketing such turkeys before any payment is made to the producers.

6. L'Office peut vendre les dindons sur la base individuelle ou collective, grouper les recettes provenant de leur vente et déduire de la somme globale ainsi obtenue les frais subis par lui-même ou par son représentant pour la vente de ces dindons, avant d'effectuer un paiement aux producteurs.

7. The Agency shall, with the concurrence of the Commodity Board, appoint that Commodity Board to administer on its behalf all orders and regulations made by it for the purpose of establishing and implementing a quota system.

7. L'Office doit, avec l'assentiment de l'Office de commercialisation, mandater ce dernier pour appliquer en son nom toute ordonnance rendue et tout règlement établi par lui pour l'établissement et la mise en oeuvre d'un système de contingentement.

8. In making orders and regulations establishing and implementing a quota system, the Agency 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.

8. Lorsque l'Office rend les ordonnances et établit des règlements visant l'établissement et la mise en oeuvre d'un système de contingentement, il doit tenir compte des ordonnances et règlements équivalents émanant de la Régie ou de l'Office de commercialisation pertinent et doit, autant que possible, rendre des ordonnances et établir des règlements susceptibles de compléter ceux de la Régie ou de l'Office de commercialisation.

### Licensing

9. (1) The Agency shall, in the regulated area and may in the unregulated area, by order or regulation, establish a system for the licensing of persons who are engaged in the marketing of turkeys in interprovincial or export trade and such system may provide for the payment to the Agency of fees in respect of each licence issued pursuant to the system.

(2) The Agency, 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 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 the Agency.

### Levies

10. (1) The Agency may, in the regulated area by order or regulation, impose levies or charges on persons engaged in the production of turkeys or the marketing thereof and any such order or regulation may classify such persons into groups and specify the levies or charges, if any, payable by the members of each such group and provide for the manner of collection thereof.

(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 the Agency that is an amount sufficient to defray its administrative and marketing expenses and costs as estimated by it, for the year.

(3) The Agency, 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 turkeys, equalization or adjustment payments among turkey producers based on moneys realized from the sale of turkeys during such period or periods of time as the Agency considers appropriate and any other expenses and costs deemed essential by the Agency for the realization of its objects.

(4) The Agency 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).

### Permis

9. (1) L'Office doit, dans la région réglementée, et peut, dans la région non-réglée, par ordonnance ou règlement, établir un système d'octroi de permis aux personnes qui s'occupent de la commercialisation des dindons dans le marché interprovincial ou d'exportation, et ce système peut prévoir le paiement à l'Office de droits pour chaque permis délivré conformément au système.

(2) Lorsque l'Office établit un système d'octroi de permis en application du paragraphe (1), il doit stipuler les modalités et conditions afférentes à chaque permis délivré selon le système y compris 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 de l'Office.

### Redevances

10. (1) L'Office peut, dans la région réglementée, par ordonnance ou par règlement, imposer des redevances ou frais aux personnes qui s'occupent de la production ou de la commercialisation des dindons, et cette ordonnance ou ce règlement peut classer ces personnes par groupes et préciser les redevances ou frais, s'il en est, payables par les membres de chacun de ces groupes et prévoir la manière de les percevoir.

(2) Les redevances imposées par une ordonnance ou un règlement mentionné au paragraphe (1) doivent être fixées aux niveaux voulus pour assurer chaque année à l'Office une recette suffisante pour couvrir le montant estimatif de ses frais d'administration et de commercialisation, pour l'année.

(3) Lorsque l'Office établit le montant estimatif de ses frais d'administration et de commercialisation, pour une année, il peut tenir compte de la constitution de fonds de réserve, du paiement des dépenses et des pertes résultant de la vente ou de l'écoulement des dindons, des paiements de préséquestration ou de redressement aux producteurs de dindons selon les sommes réalisées par la vente des dindons durant la ou les périodes que l'Office juge convenables, et toutes autres dépenses et frais que l'Office juge essentiels à la poursuite de ses objectifs.

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

Anti-Dumping

11. (1) Within the regulated area and with respect to turkeys shipped from the unregulated area into the regulated area in interprovincial trade and not for export the Agency shall exercise its powers in such a manner as to preclude any person from marketing turkeys in a province other than the provinces in which the turkeys are produced at a price that is less than the aggregate of

- (a) the price charged at or about the same time for turkeys of an equivalent variety, class or grade in the province or other geographical area in which the turkeys are produced, and
- (b) any reasonable transportation charges therefor to the place where such turkeys are marketed and that are incurred by the person marketing the turkeys.

(2) With respect to turkeys from the regulated area shipped into the unregulated area in interprovincial trade the Agency may exercise its powers in such a manner as to preclude any person from marketing turkeys in a province other than the province in which the turkeys are produced at a price that is less than the aggregate of

- (a) the price charged at or about the same time for turkeys of an equivalent variety, class or grade in the province or other geographical area in which the turkeys are produced, and
- (b) any reasonable transportation charges therefor to the place where such turkeys are marketed and that are incurred by the person marketing the turkeys.

General

12. The Agency 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 the Agency.

Anti-dumping

11. (1) Dans la région réglementée et relativement aux dindons envoyés de la région non-réglémentée dans la région réglementée dans la vente interprovinciale et non pour exportation, l'Office doit exercer ses pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre des dindons dans une province autre que la province où les dindons sont produits, à un prix qui est inférieur à la somme

- (a) du prix demandé à ou vers la même époque pour les dindons de type, classe ou catégorie équivalent dans la province ou dans toute autre région géographique où les dindons sont produits et
- (b) du montant des frais de transport raisonnables desdits dindons jusqu'au lieu de vente de ces dindons, subis par la personne qui vend les dindons.

(2) Relativement aux dindons envoyés de la région réglementée à la région non-réglémentée dans le commerce interprovincial l'Office peut exercer ses pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre des dindons dans une province autre que la province où les dindons sont produits à un prix qui est inférieur à la somme

- (a) du prix demandé à ou vers la même époque pour les dindons de type, classe ou catégorie équivalent dans la province ou dans toute autre région géographique où les dindons sont produits et
- (b) du montant des frais de transport raisonnables desdits dindons jusqu'au lieu de vente de ces dindons, subis par la personne qui vend les dindons.

Dispositions générales

12. L'Office doit prendre toutes les mesures raisonnables pour susciter un haut degré de collaboration entre lui-même, chaque Régie et chaque Office de commercialisation, et, sans restreindre la portée générale de ce qui précède, il doit

- (a) mettre à la disposition de chaque Régie ou Office de commercialisation les comptes rendus, procès-verbaux et décisions de l'Office.

- (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 the Agency 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

13. (1) The Agency 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 determining whether or not any modifications are required in order to facilitate the carrying out by the Agency of its objects.

(2) A meeting referred to in subsection (1) shall be held as soon as is reasonably convenient after receipt by the Agency of a written request for such a meeting from the Board and Commodity Board for each of at least two provinces.

- (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 de l'Office de commercialisation, au cours desquelles doit être traitée une question intéressant la Régie ou l'Office de commercialisation concerné et, à cette fin, doit 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.

#### Examen du Plan de commercialisation

13. (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), l'Office doit 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 à l'Office la réalisation de ses objectifs.

(2) Une réunion mentionnée au paragraphe (1) doit se tenir aussitôt que cela est raisonnablement possible après réception par l'Office d'une demande écrite en vue de la tenue d'une telle réunion, émanant de la Régie et de l'Office de commercialisation d'au moins deux provinces.

SCHEDULE "A"

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:

A PROCLAMATION

WHEREAS pursuant to subsection 17 (1) of the Farm Products Marketing Agencies Act, the Governor in Council did by Proclamation bearing date the 14th day of February in the year of Our Lord one thousand nine hundred and seventy-four establish the Canadian Turkey Marketing Agency to implement the terms of the marketing plan set out in the schedule to that Proclamation;

AND WHEREAS the Agency was authorized to exercise its powers in relation to turkeys produced in the Provinces of Nova Scotia, Quebec, Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia and anywhere in Canada outside the said provinces for shipment into those provinces in inter-provincial trade and not for export;

AND WHEREAS the Governor in Council is satisfied that a majority of the producers of turkeys in the Province of New Brunswick is in favour of joining the said Agency.

NOW KNOW YOU that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada, do by this Our Proclamation pursuant to subsection 17 (2) of the Farm Products Marketing Agencies Act amend Our previous Proclamation known as the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation in accordance with the schedule hereto.

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 Right Honourable Bora Laskin, Chief Justice of Canada, Administrator of the Government of Canada.

At Ottawa, this        day of        in the year of Our Lord one thousand nine hundred and seventy-four and in the twenty-third year of Our Reign.

ANNEXE "A"

CANADA

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

A tous ceux à qui les présentes parviendront ou qu'icelles pourront de quelque manière concerner,

SALUT:

PROCLAMATION

VU QUE relativement au paragraphe 17 (1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme le Gouverneur en conseil, par proclamation en date du 14 février de l'an du Seigneur mille neuf cent soixante-quatorze, a établi l'Office canadien de commercialisation des dindons pour la mise en place d'un plan de commercialisation tel que décrit en annexe à ladite proclamation;

ET VU QUE l'office devait exercer ses pouvoirs relatifs aux dindons produits dans les provinces de la Nouvelle-Ecosse, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique et ailleurs au Canada en dehors desdites provinces pour expédition auxdites provinces dans le commerce interprovincial et non pour exportation.

ET VU QUE le Gouverneur en conseil est assuré que les producteurs de dindons de la province du Nouveau-Brunswick sont consentants à joindre ledit Office.

SACHEZ DONC MAINTENANT QUE, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, par la présente proclamation et en vertu du paragraphe 17 (2) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme Nous modifions la proclamation précédente connue sous le titre de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des dindons, en conformité avec l'annexe ci-contre.

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.  
Témoins: Le très honorable Bora Laskin, juge en chef du Canada, Administrateur du gouvernement du Canada.

A Ottawa, ce        jour de        en l'an de grâce mil neuf cent soixante-quatorze, le vingt-troisième de Notre Règne.

SCHEDULE

ANNEXE

1. The third and fourth paragraphs of the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation are revoked and the following substituted therefor:

"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 the Canadian Turkey Marketing Agency, consisting of eight members appointed in the manner and for the terms set forth in the schedule hereto.

And Know You Further that We are pleased to specify that the Canadian Turkey Marketing Agency may exercise its powers in relation to turkeys produced in the Provinces of Nova Scotia, New Brunswick, Quebec, Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia; and anywhere in Canada outside the said provinces for shipment into those provinces in interprovincial trade and not for export."

2. (1) The definition "Commodity Board" in section 1 of the Schedule to the said "Proclamation" is amended by adding thereto the following paragraph:

"(h) the New Brunswick Turkey Marketing Board;"

(2) The definition "regulated area" in section 1 of the schedule to the said Proclamation is revoked and the following substituted therefor:

"regulated area" means the Provinces of British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick and Nova Scotia;"  
(région réglementée)

(3) The definition "Board" in section 1 of Part II of the schedule to the said Proclamation is amended by adding thereto the following paragraph:

"(h) New Brunswick, the Natural Products Control Board;"

(4) The Table to section 3 of Part II of the schedule to the said Proclamation is revoked and the following substituted therefor:

TABLE

Column I	Column II lbs.
British Columbia	20,500,000
Alberta	18,250,000
Saskatchewan	8,000,000
Manitoba	17,250,000
Ontario	92,000,000
Quebec	54,000,000
New Brunswick	1,440,000
Nova Scotia	2,500,000
Unregulated area	60,000

1. Les troisième et quatrième paragraphes de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des dindons sont abrogés et remplacés par ce qui suit:

"Sachez donc maintenant que, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, Nous établissons, en vertu de Notre présente proclamation, un office qui sera appelé Office canadien de commercialisation des dindons et sera composé de huit membres nommés de la manière et pour la durée mentionnées dans l'annexe ci-jointe.

Sachez de plus qu'il Nous plaît de préciser que l'Office canadien de commercialisation des dindons peut exercer ses pouvoirs à l'égard des dindons produits dans les provinces de la Nouvelle-Ecosse, du Nouveau-Brunswick, de Québec, d'Ontario, du Manitoba de la Saskatchewan, d'Alberta et de la Colombie-Britannique et ailleurs au Canada en dehors desdites provinces pour expédition auxdites provinces dans le commerce interprovincial et non pour l'exportation."

2. (1) La définition d'"Office de commercialisation" donnée à l'article 1 de l'annexe de ladite proclamation est modifiée par l'adjonction de l'alinéa suivant:

"(h) le New Brunswick Turkey Marketing Board;"

(2) La définition de "région réglementée" donnée à l'article 1 de l'annexe de ladite proclamation est abrogée et remplacée par ce qui suit:

"région réglementée" désigne les provinces de la Colombie-Britannique, d'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba, d'Ontario, de Québec, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Ecosse;"  
(regulated area)

(3) La définition de "Régie" donnée à l'article 1 de la partie II de l'annexe de ladite proclamation est modifiée par l'adjonction de l'alinéa suivant:

"(h) du Nouveau-Brunswick, la Natural Products Control Board;"

(4) Le tableau donné à l'article 3 de la partie II de l'annexe de ladite proclamation est abrogé et remplacé par ce qui suit:

TABLEAU

Colonne I	Colonne II lbs.
Colombie-Britannique	20,500,000
Alberta	18,250,000
Saskatchewan	8,000,000
Manitoba	17,250,000
Ontario	92,000,000
Québec	54,000,000
Nouveau-Brunswick	1,440,000
Nouvelle-Ecosse	2,500,000
Région non-réglémentée	60,000



SCHEDULE "B"

PROVINCIAL MARKETING PLAN

PART II

1. In this Part,

"Agency" means the Canadian Turkey Marketing Agency established by the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation issued pursuant to the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada)

"Board" means, in the province of  
Québec, Québec Agricultural Marketing Board  
Ontario, The Farm Products Marketing Board  
Manitoba, The Manitoba Marketing Board  
Saskatchewan, Natural Products Marketing Council  
Alberta, Alberta Agricultural Products Marketing Council  
British Columbia, The British Columbia Marketing Board  
Nova Scotia, The Nova Scotia Marketing Board

"Commodity Board" means, in the province of  
Québec, the Fédération des producteurs de volailles du Québec  
Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board,  
Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board,  
Saskatchewan, the Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board,  
Alberta, the Alberta Turkey Growers' Marketing Board,  
British Columbia, the British Columbia Turkey Marketing Board,  
Nova Scotia, The Nova Scotia Turkey Marketing Board;

"quota" means the number of pounds of turkey meat that a turkey producer is entitled to market in intraprovincial trade through normal marketing channels or to have marketed on his behalf by the Commodity Board in intraprovincial trade during a specified period of time;

"quota system" means a system whereby turkey producers are assigned quotas by the Board or the Commodity Board thus enabling the Commodity Board to fix and determine the quantity, if any, in which turkeys or any variety, class or grade thereof may be marketed in intraprovincial trade by each turkey producer and by all turkey producers.

ANNEXE "B"

PLAN DE COMMERCIALISATION PROVINCIAL

PARTIE II

1. Dans la présente partie,

"contingent" désigne le nombre de livres de dindons qu'un producteur de dindons a le droit de vendre dans le commerce intraprovincial par les circuits normaux de commercialisation, ou de faire vendre pour son compte par l'Office de commercialisation dans le commerce intraprovincial au cours d'une période de temps déterminée;

"Office" désigne l'Office canadien de commercialisation des dindons institué par proclamation conformément à la Loi sur les Offices de commercialisation des produits de ferme (Canada);

"Office de commercialisation" désigne, dans la province du Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec,  
de l'Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board,  
du Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board,  
de la Saskatchewan, le Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board,  
de l'Alberta, l'Alberta Turkey Growers' Marketing Board,  
de la Colombie-Britannique, le British Columbia Turkey Marketing Board,  
de la Nouvelle-Ecosse, le Nova Scotia Turkey Marketing Board;

"Régie" désigne, dans la province  
du Québec, la Régie des marchés agricoles du Québec,  
de l'Ontario, The Farm Products Marketing Board,  
du Manitoba, The Manitoba Marketing Board,  
de la Saskatchewan, le Natural Products Marketing Council,  
de l'Alberta, l'Alberta Agricultural Products Marketing Board,  
de la Colombie-Britannique, The British Columbia Marketing Board;  
de la Nouvelle-Ecosse, The Nova Scotia Marketing Board,

"système de contingentement" désigne un système en vertu duquel la Régie ou l'Office de commercialisation assigne des contingents aux producteurs de dindons permettant à l'Office de commercialisation de fixer et de déterminer, s'il y a lieu, les quantités de dindons de toute espèce, classe ou catégorie qui pourront être vendue dans le commerce intraprovincial par chacun ou par l'ensemble des producteurs de dindons.

Quota System

Système des contingents

2. The Board or Commodity Board shall on the coming into force of this Part establish by order or regulation a quota system in order to assign quotas to all members of classes of producers in the province in such manner that the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the year 1973, when taken together with the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade, in the same year, pursuant to quotas assigned by the Agency and the number of pounds of turkey meat produced in the province and anticipated to be marketed in the same year, other than as authorized by a quota assigned by the Agency or by the Board or Commodity Board, will equal the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Part.

2. La Régie ou l'Office de commercialisation doit, dès la mise en vigueur de la présente Partie, par ordonnance ou règlement, instituer un système de contingentement par lequel des contingents sont fixés pour tous les membres de différentes classes de producteurs de la province, de telle sorte que le nombre de livres de dindons produits dans la province et qu'il sera permis de vendre dans le commerce intraprovincial pour l'année 1973, et le nombre de livres de dindons produits dans la province et qu'il sera permis de vendre dans le commerce interprovincial et d'exportation au cours de la même année, dans les limites de contingents fixés par l'Office ainsi que le nombre de livres de dindons produits dans la province et dont on prévoit la mise en vente au cours de la même année, en dehors des contingents fixés par l'Office, la Régie ou l'Office de commercialisation, égaleront le nombre de livres de dindons indiqué à l'article 3 de la présente partie.

3. For the purposes of section 2 of this Part, the number of pounds of turkey meat set out in this section for the province is the number of pounds set out in Column II of an item of the following table in respect of the province as set out in Column I of that item.

3. Aux fins de l'article 2 de la présente Partie, le nombre de livres de dindons indiqué dans cet article pour la province est le nombre de livres indiqué à un article du tableau ci-après dans la colonne II en regard du nom de la province indiqué à ce même article dans la colonne I.

<u>Column I</u>	<u>TABLE</u>	<u>Column II</u> <u>lbs</u>
British Columbia		20,500,000
Alberta		18,250,000
Saskatchewan		8,000,000
Manitoba		17,250,000
Ontario		92,000,000
Quebec		54,000,000
New Brunswick		1,440,000
Nova Scotia		2,500,000
Unregulated area		60,000

<u>Colonne I</u>	<u>TABEAU</u>	<u>Colonne II</u> <u>lbs</u>
Colombie-Britannique		20,500,000
Alberta		18,250,000
Saskatchewan		8,000,000
Manitoba		17,250,000
Ontario		92,000,000
Québec		54,000,000
Nouveau-Brunswick		1,440,000
Nouvelle-Écosse		2,500,000
Région non-réglémentée		60,000

4. (1) No order or regulation shall be made where the effect thereof would be to increase the aggregate of

4. (1) Aucune ordonnance ne doit être rendue, ni aucun règlement établi, lorsqu'il pourrait avoir pour effet de porter le total

- (a) the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized by quotas assigned by the Board or Commodity Board and by the Agency to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade, and
- (b) the number of pounds of turkey meat produced in the province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade other than as authorized by quotas assigned by the Board or Commodity Board and by the Agency

- (a) du nombre de livres de dindons produits dans la province et que la Régie ou l'Office de commercialisation et l'Office autorisent, par contingents de vendre dans le commerce intraprovincial et d'exportation, et
- (b) du nombre de livres produites dans la province dont on prévoit la mise en vente dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation et autorisé en dehors des contingents fixés par la Régie ou par l'Office

to a number that exceeds, on a yearly basis, the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Part for the province unless the Board or Commodity Board has taken into account

a un chiffre dépassant, sur une base annuelle, le nombre de livres de dindons indiqué à l'article 3 de la présente partie pour la province, à moins que la Régie ou l'Office de commercialisation n'ait pris en considération

- (c) the principle of comparative advantage of production in respect of each province,
- (d) any variation in the size of the market for turkeys,
- (e) any failures by turkey producers in the province or other provinces to market the number of pounds of turkey meat authorized to be marketed,
- (f) the feasibility of increased production in each province available to be marketed,
- (g) existing production and storage facilities in each province, and
- (h) the comparative transportation costs to market areas from alternative sources of production,

and the Agency is making a similar order or regulation.

(2) When the Agency has made an order or regulation pursuant to the provisions of a marketing plan similar to the provisions of subsection (1) the Commodity Board shall make a similar order or regulation.

5. The Board or the Commodity Board may require each turkey producer to whom a quota is assigned, as a condition of the assignment thereof, to make available to the Commodity Board or its agent all turkeys produced by him and available to be marketed in excess of the quota assigned to him at a price not exceeding the difference, if any, between the price realized by the Commodity Board or its agent on the marketing of such turkeys and its expenses related to such marketing.

6. (1) The Commodity Board may market turkeys made available to it or its agent on an individual or collective basis and may pool the receipts from the marketing thereof and deduct from the pool the expenses incurred by it or by its agent in marketing such turkeys before any payment is made to the producers.

(2) The Commodity Board shall not market any quantity of the products made available to it in excess of the number of pounds of turkey meat referred to in sections 2 and 3 or, as modified pursuant to section 4 of this Part, without prior consultation with the Agency.

7. The Commodity Board shall, with the concurrence of the Agency, administer on its behalf all orders and regulations made by it for the purpose of establishing and implementing a quota system or any such orders or regulations necessary to implement the provisions of the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation and similar provisions of this Part.

- (c) le principe de l'avantage comparé de production en rapport à chaque province;
  - (d) tout changement du volume du marché des dindons;
  - (e) toute incapacité des producteurs de dindons d'une ou de plusieurs provinces de vendre le nombre de livres de dindons qu'ils sont autorisés à vendre;
  - (f) la possibilité d'accroissement de la production dans chaque province en vue de la commercialisation;
  - (g) les facilités existantes pour la production et l'entreposage dans chaque province; et
  - (h) l'état comparatif des frais de transport vers les marchés à partir de différents points de production
- et que l'Office n'ait rendu une ordonnance ou établi un règlement semblable.

(2) Lorsque l'Office a rendu une ordonnance ou établi un règlement relatif aux dispositions d'un plan de commercialisation correspondant aux dispositions du paragraphe (1), l'Office de commercialisation doit rendre une ordonnance ou établir un règlement similaire.

5. La Régie ou l'Office de commercialisation peut exiger de tout producteur de dindons auquel un contingent a été fixé comme condition de cette assignation, qu'il mette à la disposition de l'Office ou de son agent tous les dindons produits par lui et qui sont mis en vente en sus du contingent qui lui a été fixé à un prix ne dépassant pas la différence, s'il en est, entre le prix obtenu par l'Office ou son représentant pour la vente de ces dindons et les frais relatifs à cette opération de vente.

6. (1) L'Office de commercialisation peut vendre les dindons mis à sa disposition ou à celle de son représentant sur une base individuelle ou collective, grouper les recettes provenant de leur vente et déduire de la somme globale ainsi obtenue les frais subis par lui-même ou par son représentant pour la vente de ces dindons, avant d'effectuer un paiement aux producteurs.

(2) L'Office de commercialisation ne peut vendre aucune quantité de dindons mise à sa disposition en sus du nombre indiqué aux articles 2 et 3 ou tel que modifié conformément à l'article 4 de la présente Partie, à moins de consultation préalable avec l'Office.

7. L'Office de commercialisation doit, avec l'assentiment de l'Office, appliquer en son nom toute ordonnance rendue et règlement établi pour la mise en place de l'application d'un système de contingentement, ou toute ordonnance ou règlement nécessaire à l'application des dispositions de la Proclamation relative à l'Office canadien de commercialisation des dindons et des dispositions similaires de la présente Partie.

8. The Board and Commodity Board shall make, approve and implement any orders or regulations necessary to reflect any provisions of this Part.

#### Licences

9. The Board or Commodity Board shall make available to the Agency any document or extract of documents establishing the registration or licensing of producers, when any such system is in force.

#### Levies

10. The Commodity Board shall, with the concurrence of the Agency, collect on its behalf any levies imposed by the Agency.

#### Sales Verification

11. (1) The Board or Commodity Board shall make regulations and orders requiring producers, slaughterers, packers, dealers, wholesalers and processors to give all the information necessary to monitor sales.

(2) The Board or Commodity Board shall establish a verification system of sales.

(3) The Board or Commodity Board shall provide all information obtained from the implementation of the system referred to in subsection (2) to the Agency when requested.

#### General

12. The Board or Commodity Board shall take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation between itself and the Agency and, without limiting the generality of the foregoing, shall:

- (a) make available to the Agency the records, minutes and decisions of the Board or Commodity Board in relation to any matter that is of concern to the Agency;
- (b) allow an officer or employee of the Agency who is designated by the Agency for such purpose to attend meetings of the Board or Commodity Board at which any matter that is of concern to the Agency is likely to be discussed and for such purpose shall give notice of all such meetings to the officer or employee so designated, and

8. La Régie et l'Office de commercialisation devront rendre, approuver et appliquer tout règlement ou ordonnance nécessaires à réaliser les dispositions de la présente Partie.

#### Permis

9. La Régie ou l'Office de commercialisation doit mettre à la disposition de l'Office tout document ou extrait de document établissant l'enregistrement des producteurs ou l'émission de permis aux producteurs, lorsqu'un tel système est en vigueur.

#### Redevances

10. L'Office de commercialisation, avec l'assentiment de l'Office, percevra pour lui toutes redevances imposées par l'Office.

#### Vérification des ventes

11. (1) La Régie ou l'Office de commercialisation doit établir des règlements et rendre des ordonnances exigeant des producteurs, abattoirs, conserveries, des négociants, des grossistes et des transformateurs et conditionneurs, qu'ils fournissent tous les renseignements nécessaires au contrôle des ventes.

(2) La Régie ou l'Office de commercialisation doit instituer un système de vérification des ventes.

(3) La Régie ou l'Office de commercialisation doit fournir sur demande à l'Office tous les renseignements obtenus découlant de l'application du système mentionné au paragraphe (2).

#### Généralités

12. La Régie ou l'Office de commercialisation doit prendre toutes les mesures raisonnables pour susciter un haut degré de collaboration entre eux-mêmes et l'Office et, sans restreindre la portée générale de ce qui précède, il doit

- (a) mettre à la disposition de l'Office les comptes rendus, procès-verbaux et décisions se rapportant à un domaine intéressant l'Office;
- (b) autoriser un fonctionnaire ou un employé de l'Office, désigné à cet effet par ce dernier d'assister aux réunions de la Régie ou de l'Office provincial de commercialisation, au cours desquelles doit être traitée une question intéressant l'Office et, à cette fin, doit aviser desdites réunions le fonctionnaire ou l'employé ainsi désigné; et

(c) give notice of each order or regulation that it proposes to make to the Agency that is likely to be affected in its operation by the enactment of the order or regulation.

(c) informer l'Office de tout projet d'ordonnance ou de règlement dont l'application pourrait être touchée par la mise en vigueur dudit règlement ou de ladite ordonnance.

13. The authority and powers referred to in the Province of  
British Columbia, in sections 2.01, 2.02, 3.09 and 4.01 of the British Columbia Turkey Marketing Scheme, 1966";  
Alberta, in section 3 and 12 of the "Alberta Turkey Growers Marketing Plan 1966" and sections 2-3-5 of the Regulations relating to the implementation of the Alberta Turkey Growers Marketing Plan 1966, reg 232/73  
Saskatchewan, in sections 2, 3, 9, 10, 17, 20 and 21 of the "Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Plan";  
Manitoba, in sections 3, 6, 10, 11, 12, 13 and 17 of "The Manitoba Turkey Producers' Marketing Plan";  
Ontario, section 3 of "The Ontario Turkey Producers' Marketing Plan" being the Schedule to Regulation 342 of Revised Regulations of Ontario, 1970, and sections 2 to 6, 8, 9 and 11 of "Turkeys - Marketing Regulations" being Regulation 343 of Revised Regulations of Ontario, 1970;  
Québec, in sections I, VIII, IX, X and XI of the "Québec Poultry Producers' Joint Plan";  
Nova Scotia, sections 3, 7, 8 of the Nova Scotia Turkey Marketing Plan;  
substituted similar provisions are resubstituted by and subject to the provisions of this Part.

13. L'autorité et les pouvoirs auxquels on réfère dans les provinces suivantes  
Colombie-Britannique, aux articles 2.01, 2.02, 3.09 et 4.01 du "British Columbia Turkey Marketing Scheme, 1966";  
Alberta, aux articles 3 et 12 du "Alberta Turkey Growers Marketing Plan, 1966" et les articles 2-3-5 des règlements relatifs à la mise en place du "Alberta Turkey Growers Marketing Plan 1966", reg 232/73  
Saskatchewan, aux articles 2, 3, 9, 10, 17, 20 et 21 du "Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Plan";  
Manitoba, aux articles 3, 6, 10, 11, 12, 13 et 17 du "The Manitoba Turkey Producers' Marketing Plan";  
Ontario, à l'article 3 du "The Ontario Turkey Producers' Marketing Plan" dans l'annexe au règlement 342 des Règlements révisés de l'Ontario, 1970, et aux articles 2 à 6, 8, 9 et 11 du "Turkeys - Marketing Regulations" qui est le règlement 343 des Règlements révisés de l'Ontario, 1970;  
Québec, aux articles I, VIII, IX, X et XI du "Plan conjoint des producteurs de volailles du Québec";  
Nouvelle-Ecosse, aux articles 3, 7, 8 du Nova Scotia Turkey Marketing Plan;  
et toute disposition analogue, est restreinte et assujettie aux dispositions contenues dans la présente Partie.

14. This Part shall come into force on the same day the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation comes into force.

14. La présente Partie entrera en vigueur le même jour que la Proclamation relative à l'Office en vigueur.

SCHEDULE "B"

to be Added to New Brunswick  
Turkey Marketing Plan

PART III

1. In this Part,

"Agency" means the Canadian Turkey Marketing Agency established by the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation issued pursuant to the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada)

"Board" means, in the province of  
Nova Scotia, The Nova Scotia Turkey Marketing Board  
New Brunswick, the Natural Products Control Board;  
Quebec, Quebec Agricultural Marketing Board  
Ontario, The Farm Products Marketing Board  
Manitoba, The Manitoba Marketing Board  
Saskatchewan, Natural Products Marketing Council  
Alberta, Alberta Agricultural Products Marketing Council  
British Columbia, The British Columbia Marketing Board;

"Commodity Board" means, in the province of  
Nova Scotia, The Nova Scotia Turkey Marketing Board  
New Brunswick, the New Brunswick Turkey Marketing Board  
Quebec, the Fédération des producteurs de volailles du Québec  
Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board  
Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board  
Saskatchewan, the Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board  
Alberta, the Alberta Turkey Growers' Marketing Board  
British Columbia, the British Columbia Turkey Marketing Board;

"quota" means the number of pounds of turkey meat that a turkey producer is entitled to market in intraprovincial trade through normal marketing channels or to have marketed on his behalf by the Commodity Board in intraprovincial trade during a specified period of time;

"quota system" means a system whereby turkey producers are assigned quotas by the Board or the Commodity Board thus enabling the Commodity Board to fix and determine the quantity, if any, in which turkeys or any variety, class or grade thereof may be marketed in intraprovincial trade by each turkey producer and by all turkey producers.

ANNEXE "B"

Addition à "New Brunswick  
Turkey Marketing Plan"

PARTIE III

1. Dans la présente partie,

"contingent" désigne le nombre de livres de dindons qu'un producteur de dindons a le droit de vendre dans le commerce intraprovincial par les circuits normaux de commercialisation, ou de faire vendre pour son compte par l'Office de commercialisation dans le commerce intraprovincial au cours d'une période de temps déterminée;

"Office" désigne l'Office canadien de commercialisation des dindons institué par proclamation conformément à la Loi sur les Offices de commercialisation des produits de ferme (Canada);

"Office de commercialisation" désigne, dans la province  
de la Nouvelle-Ecosse, la Nova Scotia Turkey Marketing Board  
du Nouveau-Brunswick, le New Brunswick Turkey Marketing Board  
du Québec, la Fédération des producteurs de volailles du Québec  
de l'Ontario, The Ontario Turkey Producers' Marketing Board  
du Manitoba, The Manitoba Turkey Producers' Marketing Board  
de la Saskatchewan, le Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Board  
de l'Alberta, l'Alberta Turkey Growers' Marketing Board  
de la Colombie-Britannique, le British Columbia Turkey Marketing Board,

"Régie" désigne, dans la province  
de la Nouvelle-Ecosse, The Nova Scotia Marketing Board  
du Nouveau-Brunswick, la Natural Products Control Board  
du Québec, la Régie des marchés agricoles du Québec  
de l'Ontario, The Farm Products Marketing Board  
du Manitoba, The Manitoba Marketing Board  
de la Saskatchewan, le Natural Products Marketing Council  
de l'Alberta, l'Alberta Agricultural Products Marketing Board  
de la Colombie-Britannique, The British Columbia Marketing Board;

"système de contingentement" désigne un système en vertu duquel la Régie ou l'Office de commercialisation assigne des contingents aux producteurs de dindons permettant à l'Office de commercialisation de fixer et de déterminer, s'il y a lieu, les quantités de dindons de toute espèce, classe ou catégorie qui pourront être vendues dans le commerce intraprovincial par chacun ou par l'ensemble des producteurs de dindons.

Quota System

2. The Board or Commodity Board shall on the coming into force of this Part establish by order or regulation a quota system in order to assign quotas to all members of classes of producers in the province in such manner that the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the year 1971, when taken together with the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized to be marketed in interprovincial and export trade, in the same year, pursuant to quotas assigned by the Agency and the number of pounds of turkey meat produced in the province and anticipated to be marketed in the same year, other than as authorized by a quota assigned by the Agency or by the Board or Commodity Board, will equal the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Part.

3. For the purposes of section 2 of this Part, the number of pounds of turkey meat set out in this section for the province is the number of pounds set out in Column II of an item of the following table in respect of the province as set out in Column I of that item.

<u>Column I</u>	<u>TABLE</u>	<u>Column II</u> <u>lbs</u>
British Columbia		20,500,000
Alberta		18,250,000
Saskatchewan		8,000,000
Manitoba		17,250,000
Ontario		92,000,000
Quebec		54,000,000
New Brunswick		1,440,000
Nova Scotia		2,300,000
Unregulated area		60,000

4. (1) No order or regulation shall be made where the effect thereof would be to increase the aggregate of

- (a) the number of pounds of turkey meat produced in the province and authorized by quotas assigned by the Board or Commodity Board and by the Agency to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade, and
- (b) the number of pounds of turkey meat produced in the province and anticipated to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade other than as authorized by quotas assigned by the Board or Commodity Board and by the Agency

to a number that exceeds, on a yearly basis, the number of pounds of turkey meat set out in section 3 of this Part for the province unless the Board or Commodity Board has taken into account

Systeme des contingents

2. La Régie ou l'Office de commercialisation doit, dès la mise en vigueur de la présente Partie, par ordonnance ou règlement, instituer un système de contingentement par lequel des contingents sont fixés pour tous les membres de différentes classes de producteurs de la province, de telle sorte que le nombre de livres de dindons produits dans la province et qu'il sera permis de vendre dans le commerce intraprovincial pour l'année 1973, et le nombre de livres de dindons produits de la province et qu'il sera permis de vendre dans le commerce interprovincial et d'exportation au cours de la même année, dans les limites de contingents fixés par l'Office ainsi que le nombre de livres de dindons produits dans la province et dont on prévoit la mise en vente au cours de la même année, en dehors des contingents fixés par l'Office, la Régie ou l'Office de commercialisation, égaleront le nombre de livres de dindons indiqué à l'article 3 de la présente partie.

3. Aux fins de l'article 2 de la présente Partie, le nombre de livres de dindons indiqué dans cet article pour la province est le nombre de livres indiqué à un article du tableau ci-après dans la colonne II en regard du nom de la province indiqué à ce même article dans la colonne I.

<u>Colonne I</u>	<u>TARLEAU</u>	<u>Colonne II</u> <u>lbs</u>
Colombie-Britannique		20,500,000
Alberta		18,250,000
Saskatchewan		8,000,000
Manitoba		17,250,000
Ontario		92,000,000
Québec		54,000,000
Nouveau-Brunswick		1,440,000
Nouvelle-Écosse		2,300,000
Région non-réglémentée		60,000

4. (1) Aucune ordonnance ne doit être rendue, ni aucun règlement établi, lorsqu'il pourrait avoir pour effet de porter le total

- (a) du nombre de livres de dindons produits dans la province et que la Régie ou l'Office de commercialisation et l'Office autorisent, par contingents de vendre dans le commerce intraprovincial et d'exportation, et
- (b) du nombre de livres produites dans la province dont on prévoit la mise en vente dans le commerce intraprovincial interprovincial et d'exportation et totalisé en dehors des contingents fixés par la Régie ou par l'Office

à un chiffre dépassant, sur une base annuelle, le nombre de livres de dindons indiqué à l'article 3 de la présente partie pour la province, à moins que la Régie ou l'Office de commercialisation n'ait pu en considération

- (c) the principle of comparative advantage of production in respect of each province,
- (d) any variation in the size of the market for turkeys,
- (e) any failures by turkey producers in the province or other provinces to market the number of pounds of turkey meat authorized to be marketed,
- (f) the feasibility of increased production in each province available to be marketed,
- (g) existing production and storage facilities in each province, and
- (h) the comparative transportation costs to market areas from alternative sources of production,

and the Agency is making a similar order or regulation.

(2) When the Agency has made an order or regulation pursuant to the provisions of a marketing plan similar to the provisions of subsection (1) the Commodity Board shall make a similar order or regulation.

5. The Board or the Commodity Board may require each turkey producer to whom a quota is assigned, as a condition of the assignment thereof, to make available to the Commodity Board or its agent all turkeys produced by him and available to be marketed in excess of the quota assigned to him at a price not exceeding the difference, if any, between the price realized by the Commodity Board or its agent on the marketing of such turkeys and its expenses related to such marketing.

6. (1) The Commodity Board may market turkeys made available to it or its agent on an individual or collective basis and may pool the receipts from the marketing thereof and deduct from the pool the expenses incurred by it or by its agent in marketing such turkeys before any payment is made to the producers.

(2) The Commodity Board shall not market any quantity of the products made available to it in excess of the number of pounds of turkey meat referred to in sections 2 and 3 or, as modified pursuant to section 4 of this Part, without prior consultation with the Agency.

7. The Commodity Board shall, with the concurrence of the Agency, administer on its behalf all orders and regulations made by it for the purpose of establishing and implementing a quota system or any such orders or regulations necessary to implement the provisions of the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation and similar provisions of this Part.

- (c) le principe de l'avantage comparé de production en rapport à chaque province
- (d) tout changement du volume du marché des dindons;
- (e) toute incapacité des producteurs de dindons d'une ou de plusieurs provinces de vendre la nombre de livres de dindons qu'ils sont autorisés à vendre;
- (f) la possibilité d'accroissement de la production dans chaque province en vue de la commercialisation;
- (g) les facilités existantes pour la production et l'entreposage dans chaque province; et
- (h) l'état comparatif des frais de transport vers les marchés à partir de différents points de production

et que l'Office n'ait rendu une ordonnance ou établi un règlement semblable.

(2) Lorsque l'Office a rendu une ordonnance ou établi un règlement relatif aux dispositions d'un plan de commercialisation correspondant aux dispositions du paragraphe (1), l'Office de commercialisation doit rendre une ordonnance ou établir un règlement similaire.

5. La Régie ou l'Office de commercialisation peut exiger de tout producteur de dindons auquel un contingent a été fixé comme condition de cette assignation, qu'il mette à la disposition de l'Office ou de son agent tous les dindons produits par lui et qui sont mis en vente en sus du contingent qui lui a été fixé à un prix ne dépassant pas la différence, s'il en est, entre le prix obtenu par l'Office ou son représentant pour la vente de ces dindons et les frais relatifs à cette opération de vente.

6. (1) L'Office de commercialisation peut vendre les dindons mis à sa disposition ou à celle de son représentant sur une base individuelle ou collective, grouper les recettes provenant de leur vente et déduire de la somme globale ainsi obtenue les frais subis par lui-même ou par son représentant pour la vente de ces dindons, avant d'effectuer un paiement aux producteurs.

(2) L'Office de commercialisation ne peut vendre aucune quantité de dindons en sus de sa disposition en sus du nombre indiqué aux articles 2 et 3 ou tel que modifié conformément à l'article 4 de la présente Partie, à moins de consultation préalable avec l'Office.

7. L'Office de commercialisation doit avec l'assentiment de l'Office, appliquer sa son nom toute ordonnance rendue et règlement établi pour la mise en place de l'application d'un système de contingentement, ou toute ordonnance ou règlement nécessaire à l'application des dispositions de la Proclamation relative à l'Office canadien de commercialisation des dindons et des dispositions similaires de la présente Partie.



8. The Board and Commodity Board shall make, approve and implement any orders or regulations necessary to reflect any provisions of this Part.

#### Licenses

9. The Board or Commodity Board shall make available to the Agency any document or extract of documents establishing the registration or licensing of producers, when any such system is in force.

#### Levies

10. The Commodity Board shall, with the concurrence of the Agency, collect on its behalf any levies imposed by the Agency.

#### Sales Verification

11. (1) The Board or Commodity Board shall make regulations and orders requiring producers, slaughterers, packers, dealers, wholesalers and processors to give all the information necessary to monitor sales.

(2) The Board or Commodity Board shall establish a verification system of sales.

(3) The Board or Commodity Board shall provide all information obtained from the implementation of the system referred to in subsection (2) to the Agency when requested.

#### General

12. The Board or Commodity Board shall take all reasonable steps to promote a high degree of cooperation between itself and the Agency and, without limiting the generality of the foregoing, shall:

- (a) make available to the Agency the records, minutes and decisions of the Board or Commodity Board in relation to any matter that is of concern to the Agency;
- (b) allow an officer or employee of the Agency who is designated by the Agency for such purpose to attend meetings of the Board or Commodity Board at which any matter that is of concern to the Agency is likely to be discussed and for such purpose shall give notice of all such meetings to the officer or employee so designated, and

8. La Régie et l'Office de commercialisation devront rendre, approuver et appliquer tout règlement ou ordonnance nécessaires à réaliser les dispositions de la présente Partie.

#### Permis

9. La Régie ou l'Office de commercialisation doit mettre à la disposition de l'Office tout document ou extrait de document établissant l'enregistrement des producteurs ou l'émission de permis aux producteurs, lorsqu'un tel système est en vigueur.

#### Redevances

10. L'Office de commercialisation, avec l'assentiment de l'Office, percevra pour lui toutes redevances imposées par l'Office.

#### Vérification des ventes

11. (1) La Régie ou l'Office de commercialisation doit établir des règlements et rendre des ordonnances exigeant des producteurs, abattoirs, conserveries, des négociants, des grossistes et des transformateurs et conditionneurs, qu'ils fournissent tous les renseignements nécessaires au contrôle des ventes.

(2) La Régie ou l'Office de commercialisation doit instituer un système de vérification des ventes.

(3) La Régie ou l'Office de commercialisation doit fournir sur demande à l'Office tous les renseignements obtenus découlant de l'application du système mentionné au paragraphe (2).

#### Généralités

12. La Régie ou l'Office de commercialisation doit prendre toutes les mesures raisonnables pour susciter un haut degré de collaboration entre eux-mêmes et l'Office et, sans restreindre la portée générale de ce qui précède, il doit

- (a) mettre à la disposition de l'Office les comptes rendus, procès-verbaux et décisions se rapportant à un domaine intéressant l'Office;
- (b) autoriser un fonctionnaire ou un employé de l'Office, désigné à cet effet par ce dernier d'assister aux réunions de la Régie ou de l'Office provincial de commercialisation, au cours desquelles doit être traitée une question intéressant l'Office et, à cette fin, doit visiter desdites réunions le fonctionnaire ou l'employé ainsi désigné; et

(c) give notice of each order or regulation that it proposes to make to the Agency that is likely to be affected in its operation by the enactment of the order or regulation.

13. The authority and powers referred to in the Province of  
British Columbia, in sections 2.01, 2.02, 3.09 and 4.01 of the British Columbia Turkey Marketing Scheme, 1966";  
Alberta, in section 3 and 12 of the "Alberta Turkey Growers' Marketing Plan 1966" and sections 2-3-5 of the Regulations relating to the implementation of the Alberta Turkey Growers' Marketing Plan 1966, reg 232/73;  
Saskatchewan, in sections 2, 3, 9, 10, 17, 20 and 21 of the "Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Plan";  
Manitoba, in sections 3, 5, 10, 11, 12, 13 and 17 of "The Manitoba Turkey Producers' Marketing Plan";  
Ontario, section 3 of "The Ontario Turkey Producers' Marketing Plan" being the Schedule to Regulation 342 of Revised Regulations of Ontario, 1970, and sections 2 to 6, 8, 9 and 11 of "Turkeys - Marketing Regulations" being Regulation 343 of Revised Regulations of Ontario, 1970;  
Quebec, in sections I, VIII, IX, X and XI of the "Quebec Poultry Producers' Joint Plan";  
New Brunswick, in sections 3 and 4 of Part I and sections 3 and 4 of Part II of the "New Brunswick Turkey Marketing Plan";  
Nova Scotia, sections 3, 7, 8 of the "Nova Scotia Turkey Marketing Plan";  
and any substituted similar provisions are restricted by and subject to the provisions of this Part.

14. This Part shall come into force on the day the amendments to the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation comes into force.

(c) informer l'Office de tout projet d'ordonnance ou de règlement dont l'application pourrait être touchée par la mise en vigueur dudit règlement ou de ladite ordonnance.

13. L'autorité et les pouvoirs auxquels on réfère dans les provinces suivantes  
Colombie-Britannique, aux articles 2.01, 2.02, 3.09 et 4.01 du "British Columbia Turkey Marketing Scheme, 1966";  
Alberta, aux articles 3 et 12 du "Alberta Turkey Growers' Marketing Plan, 1966" et les articles 2-3-5 des règlements relatifs à la mise en place du "Alberta Turkey Growers' Marketing Plan 1966", reg 232/73;  
Saskatchewan, aux articles 2, 3, 9, 10, 17, 20 et 21 du "Saskatchewan Turkey Producers' Marketing Plan";  
Manitoba, aux articles 3, 5, 10, 11, 12, 13 et 17 du "The Manitoba Turkey Producers' Marketing Plan";  
Ontario, à l'article 3 du "The Ontario Turkey Producers' Marketing Plan" dans l'annexe au règlement 342 des Règlements révisés de l'Ontario, 1970, et aux articles 2 à 6, 8, 9 et 11 du "Turkeys - Marketing Regulations" qui est le règlement 343 des Règlements révisés de l'Ontario, 1970;  
Québec, aux articles I, VIII, IX, X et XI du "Plan conjoint des producteurs de volailles du Québec";  
Nouveau-Brunswick, aux articles 3 et 4 de la Partie I et aux articles 3 et 4 de la Partie II du "New Brunswick Turkey Marketing Plan";  
Nouvelle-Écosse, aux articles 3, 7, 8 du "Nova Scotia Turkey Marketing Plan";  
et toute disposition analogue, est restreinte et assujettie aux dispositions contenues dans la présente Partie.

14. La présente Partie entrera en vigueur le même jour que les modifications à la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des dinde entrera en vigueur.

SCHEDULE "C"

PROPOSAL  
FOR  
NATIONAL TURKEY MARKETING PLAN  
FOR CANADA  
ADOPTED BY  
THE NATIONAL TURKEY CO-ORDINATING COMMITTEE  
NOVEMBER 1972

AMENDED BY  
THE NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL  
MAY 1973  
TO ESTABLISH  
THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

ANNEXE "C"

PROJET  
DE  
PLAN NATIONAL DE COMMERCIALISATION DU DINDON  
POUR LE CANADA  
ADOPTÉ PAR  
LE COMITÉ NATIONAL DE COORDINATION DU MARCHÉ DU DINDON  
NOVEMBRE 1972

MODIFIÉ PAR  
LE CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES  
MAI 1973  
POUR L'ÉTABLISSEMENT DE  
L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON

The Plan

Le Régime

Shares and Sizes of Market

Taille et part du marché

1. The basic market shares of the various participating provinces shall be determined from their five year (1968-72) average production for Canada, utilizing the following available statistics.

1. La part du marché attribuée à chaque province participante sera fixée d'après sa part moyenne de cinq ans (1968-72) sur la production canadienne utilisant pour y arriver les tables statistiques suivantes.

a) slaughtering in registered stations as reported by C.D.A. (1968-72) (000 lbs)

a) l'abattage aux postes enregistrés tel que publié par le Ministère de l'Agriculture du Canada. (1968-72) (000 livres)

	1968	1969	1970	1971	1972	1973	Average (Moyenne) 5 yr. (ans)	Percentage (Pourcentage) 5 yr. (ans)
B.C. (C.-B.)	16,634	15,476	17,405	20,090	18,415		17,444	8.890
Alberta	17,374	14,345	17,097	17,091	17,139		16,609	8.457
Sask.	7,293	6,252	7,770	6,740	7,344		7,072	3.604
Manitoba	15,261	14,565	17,284	17,534	16,525		16,234	8.266
Ontario	95,963	98,773	91,019	85,533	81,672		90,592	46.128
Québec	37,495	42,766	50,287	57,956	52,656		48,232	24.559
Total	190,020	192,177	200,859	204,894	193,751		196,190	

W.B.	1,628	1,570	1,849	1,147	899		1,418	0.722
N.S. (N.-E.)	875	944	982	1,042	1,874		1,143	0.582
P.E.I. (I.P.-E.)	6	6	2	2	55		14	0.007

b) production estimates of turkey meat (000 lbs. eviscerated weight) as reported by statistics Canada.

b) les estimés de production de viande de dinde (000 livres poids abattus) tel que publié par l'Office canadien de la statistique.

	1968	1969	1970	1971	1972	Average (Moyenne) 5 yr. (ans)	Percentage (Pourcentage) 5 yr. (ans)
B.C. (C.-B.)	16,706	15,982	19,291	21,179	20,347	18,701	8.722
Alberta	18,453	16,226	17,891	19,152	18,662	18,076	8.411
Sask.	9,846	8,975	11,078	10,065	11,031	10,199	4.757
Manitoba	17,775	16,014	18,973	18,558	18,577	18,179	8.479
Ontario	99,192	102,908	103,774	94,296	93,525	98,739	46.053
Québec	35,588	39,641	51,183	59,415	54,301	48,025	22.400
W.B.	883	436	737	530	536	624	
N.S. (N.-E.)	1,873	1,893	2,365	1,589	1,317	1,807	
P.E.I. (I.P.-E.)	56	62	15	48	27	41	
Total Canada	200,372	202,137	225,307	225,832	218,323	214,391	

It is known that neither of the above statistics reflect exactly the production situation.

Il est reconnu qu'aucune des tables statistiques citées ne reflète la production exacte.

2. Provincial Commodity Boards have agreed that, for the year 1973, the total market to be shared is 210,000,000 lbs. of turkey eviscerated weight. This amount was divided on the basis established in Section 1 and mutually agreed upon by all commodity boards as follows:

2. Les offices provinciaux de denrée, pour l'année 1973, se sont entendus sur le partage de 210 millions de livres de dindon, poids après éviscération, quantité reconnue comme production requise. Cette quantité totale a été divisée suivant la base établie dans la Section 1 et mutuellement consentie par les offices de denrées comme suit:

B.C. (C.-B.)	20,500,000 lbs. (livres)	Alberta	18,250,000 lbs. (livres)	Sask.	8,000,000 lbs. (livres)
Manitoba	17,250,000 lbs. (livres)	Ontario	92,000,000 lbs. (livres)	Québec	54,000,000 lbs. (livres)

This amount does not include the production of the Atlantic provinces.

Cette quantité totale n'inclut pas la production des provinces de l'Atlantique.

### Structure of the plan

3. Any decrease in demand, resulting in a quantity less than 196,190,000 lbs shall be met by a pro-rata reduction of the basic share of each province.
4. Any decrease in demand necessitated after the total market has been set for any calendar year shall be met by a pro-rata reduction of the increase over basic shares in each province starting with the most recent year.
5. Any increase in the total market at any time (including the first year of operation), shall be determined by the agency after taking into consideration the following factors:
  - a) the increase in consumer demand;
  - b) the growth of population;
  - c) the comparative advantage of production in any province;
  - d) the ability of any province to meet its target production;
  - e) the production of turkey in excess of its allocated share of the market by any province;
  - f) the production and storage facilities existing on the effective date of the plan;
  - g) the cost of transportation from areas of supply to areas of required demand.
6. Quota allocations to individual producers by each provincial commodity board and the agency shall be such that the sum of all marketings in each province will not exceed the total provincial allocation. Note the exception in section 9 B.
7. The determination and administration of policies and procedures for the adjustment of quotas to keep overall marketings in line with provincial allocations shall be the responsibility of the provinces. Such policies and procedures shall be subject to the agreement of the agency, since all provinces are affected by the accuracy and effectiveness of them. It is emphasized that heavy reliance will be placed upon statistical sources and every effort must be made to improve their scope, timeliness, accuracy and reliability.
8. On the implementation of the plan, an agreement between the provincial and federal governments will be required to give effect to the understandings, intentions and commitments made for ensuring the effective operation of the plan. An important commitment would be that a province would remain in the plan for an initial period of two years, so as to give the plan a fair chance to work. The agreement would also provide for notice re intention to withdraw from the plan, which notice would be filed at least one year before intended withdrawal, with the exception of the initial period.

### Structure du régime

3. Tout fléchissement de la demande au-dessous de 196,190,000 livres, à quelque moment qu'il se produise, occasionnera une réduction proportionnelle de la part de base de chaque province.
4. Tout fléchissement de la demande devenu nécessaire après évaluation de l'ensemble du marché pour une année civile quelconque, occasionnera une réduction proportionnelle de l'augmentation ajoutée aux parts de base de chaque province, à compter de la dernière écoulée.
5. Toute augmentation dans la mise en marché, en aucun temps, (y compris la première année d'opération), sera déterminée par l'agence en tenant compte des facteurs suivants:
  - a) l'augmentation de la demande à la consommation;
  - b) l'augmentation de la population;
  - c) les avantages relatifs de la production dans une province;
  - d) la capacité d'une province d'atteindre sa production-cible;
  - e) une production de dindon d'une province en excédant sa part attribuée;
  - f) les facilités de production et d'emmagasinage existantes à l'inauguration du régime;
  - g) le coût de transport des centres de production aux centres d'écoulement.
6. Les contingents accordés à chaque producteur individuellement, par chaque office provincial et par l'agence, seront établis de telle façon que la somme de toutes les ventes dans chaque province ne dépassera pas la quantité globale attribuée à cette province. Notez l'exception de la section 9 B.
7. Il appartiendra aux provinces de déterminer et d'appliquer les politiques et les modalités qui serviront à rajuster les contingents de manière à maintenir le volume des ventes compatible avec les quantités attribuées aux provinces. Les dites politiques et modalités devront être agréées par l'Office canadien étant donné que toutes les provinces se ressentiront de l'exactitude et de l'efficacité de ces méthodes. Il faut bien souligner que le régime sera largement tributaire des sources de statistiques et qu'il faudra faire l'impossible pour en améliorer l'étendue, l'actualité, la précision et la fiabilité.
8. Lorsque le régime entrera en vigueur, les gouvernements provinciaux et fédéral devront s'entendre pour donner suite aux accords, intentions et engagements dont dépendra la praticabilité du régime. Il serait notamment nécessaire de s'engager à participer au régime pendant une période initiale de deux ans afin de lui donner suffisamment de chance de fonctionner. L'entente devra aussi prévoir la présentation d'un préavis par tout participant qui aurait l'intention de se retirer du régime, lequel préavis devra être présenté au moins un an avant la date prévue du retrait.

### Free Trade

9. The agency in consultation with provincial commodity boards shall develop regulations governing the conditions under which the product will move in interprovincial and export trade.
- A. Interprovincial marketing of turkeys shall not be subject to restrictions by the importing province. However, no sales of turkeys shall be made from one province into another unless such shipments together with total marketings intraprovincially in the exporting province do not exceed the agreed quota allocation for the exporting province over such period as may be agreed. It will be necessary to license dealers in interprovincial trade of any exporting provinces and through a system of certification monitor the interprovincial movements to ensure that they are within quota allocation. This principle is subject also to shipments being made in conformity with the pricing and anti-dumping provisions made under the plan.

Dumping is basically defined as the sale of turkeys from one province to another at less than the prevailing price in the province of export plus transportation cost.

### Market development

- B. Export markets developed by the agency and now used for turkeys should be a part of the existing quota sharing arrangement. However the production required for new markets developed by a province should not be a part of the quota sharing arrangement but subject to separate agreement between the agency and the province. Similarly the burden resulting from shrinkage of such a market should be borne by the province and not the agency.

### Over quota marketings and within quota surplus marketing.

10. Not all the operational details of the plan can be determined in advance. The principles that must determine policy in respect of surplus management are:
- provincial over-quota products shall move into the market only under the approval of the agency. All monetary costs and penalties shall be borne by the offending province;
  - it shall be the responsibility of the agency to remove from the market, quantities of turkey that are produced within quota allocation but in excess of the requirements of the market;
  - while not necessarily itself acquiring the surpluses which are removed from the market by the provincial commodity boards (although it might do so) the agency shall have a responsibility for the co-ordination of programs for the disposition of all surpluses in the interests of all producers. Provincial commodity boards could act as agents of the agency for acquisition of within-quota turkeys.

### Liberté commerciale

9. En consultation avec les offices provinciaux de denrées, l'Office canadien doit établir des règles régissant les ventes interprovinciales et les exportations.
- A. Les mises en marché entre les provinces ne doivent pas être assujetties à des restrictions imposées par la province importatrice. Aucune vente ne devra cependant s'effectuer d'une province à l'autre, à moins que, dans toute période donnée, les envois de dindons ajoutés à la quantité globale des ventes réglementées à l'intérieur de la province exportatrice, ne dépassent pas le contingent accordé à la province exportatrice pour une période convenue. Il sera nécessaire d'émettre des permis aux vendeurs interprovinciaux de toutes provinces exportatrices et de contenir au moyen d'un système de contrôle des accréditations, le mouvement interprovincial des dindons afin de s'assurer qu'il n'excède pas les contingents accordés. En vertu de ce principe il faudrait aussi que les expéditions se fassent en conformité des dispositions des prix et de la réglementation anti-dumping du régime.

"Le dumping se définit essentiellement comme la vente de dindons d'une province dans une autre à un prix inférieur au prix courant dans la province d'exportation."

### Développement des marchés

- B. Le développement de marchés d'exportation fait par l'agence et tout nouveaux produits du dindon feront partie intégrante de la répartition totale des contingents. Cependant la production requise pour satisfaire les nouveaux marchés développés par les provinces individuellement ne fera pas partie du contingent global mais sujet à entente séparée entre l'agence et la dite province, également le fardeau résultant de la perte de tels marchés sera la responsabilité de la dite province et non de l'agence.

### Ventes au-delà du contingent et ventes excédentaires dans les limites du contingent

10. Il est impossible de régler d'avance dans tous ses détails le fonctionnement du régime. Toutefois, les principes qui doivent présider à la politique relative au retrait et à l'utilisation des excédents sont claires:
- la production dépassant le contingent provincial ne sera déversée sur le marché que sous la surveillance de l'Office canadien. La province qui enfreindra sera responsable des frais monétaires et des pénalités encourues;
  - il incombera à l'Office canadien de retirer du marché les quantités de dindons qui, bien que respectant le contingent, excéderont la demande;
  - sans nécessairement acheter lui-même (il le pourrait, cependant) le dindon excédentaire retiré du marché par les offices provinciaux de denrées, l'Office canadien aura la responsabilité de ce donner des programmes permettant d'écouler le dindon excédentaire dans l'intérêt de tous les producteurs. Les offices provinciaux pourraient, au besoin, servir d'agent à l'Office canadien pour l'achat du dindon produit dans les limites du contingent.

#### Adjustment of Quota

11. Within the framework of these agreed principles, operational policy for the most effective and orderly movement of turkeys to market throughout the year must be developed co-operatively by the agency and the provincial commodity boards. There should be provision in the plan for the determination of total provincial quota allocations. These amounts will be subject to review at least once every three months and required adjustments will be promptly made.
12. Methods of quota allocation to producers and the scheduling of production are the responsibility of provincial commodity boards. It is, however, clearly desirable that an orderly flow of turkeys to market throughout the year be achieved, with necessary account taken of seasonal requirements and the requirements also of agency policy with respect to provincial allocations. As in everything else, this requires a co-operative approach between provincial commodity boards and the agency.

#### Pricing Policy

13. Pricing policy must be carried out by both provincial commodity boards and the agency in a manner that supports, and is not in conflict with, the principles and responsibilities described herein. In addition, such policy must flexibly provide for orderly management of the market in light of current demand and supply conditions, of import competition and of export opportunities.
14. Various policies could be followed in respect to pricing. It is recommended, however, that the plan provide:
  - a) that the provincial commodity boards have, and exercise properly, the authority for establishing prices in their markets;
  - b) in the exercise of establishing such prices, provincial commodity boards would have to face the constraints imposed on them by the market, the free trade principle and the purchase price structure of the agency;
  - c) each provincial commodity board would be required to maintain a realistic price level at all times;
  - d) the agency on its part would determine removal or purchase prices at which it may buy turkeys in each province;
  - e) the agency would determine its prices on the basis of overall market conditions from time to time;
  - f) the agency would not sell turkeys acquired by it under the purchase program in any province without the consultation of the provincial commodity board, nor in contravention of anti-dumping provisions made under the plan;
  - g) the provincial commodity boards would be required to give prompt notice to the agency and other commodity boards of all price changes together with the reasons therefore;
  - h) an effective communication system would be established to ensure the fullest exchange of information.

#### Rajustement des contingents

11. Dans le cadre de ces principes, l'Office canadien et les offices provinciaux devront élaborer ensemble une politique qui permettra d'écouler le dindon sur le marché pendant toute l'année, de la façon la plus efficace et la plus méthodique. Le régime doit prévoir la détermination des contingents attribués aux provinces. Ces quantités seront sujet à révision, au moins une fois chaque trois mois et tout changement requis se fera rapidement.
12. Il appartient à l'office provincial de déterminer les méthodes d'attribution des contingents aux producteurs et la programmation de la production et d'en assurer la bonne marche. Cependant, il est nettement souhaitable d'en arriver à un mouvement ordonné du dindon sur le marché tout au cours de l'année, compte tenu nécessairement des besoins saisonniers et des exigences dictées par la politique de l'Office canadien en ce qui touche les contingents provinciaux. Ceci requerra, comme tant d'autres domaines d'ailleurs, un travail de collaboration entre les offices provinciaux et l'Office canadien.

#### Politique de détermination des prix

13. Les offices provinciaux de l'Office canadien devront appliquer leur politique de détermination des prix de façon à appuyer et non contrecarrer les principes et responsabilités énoncés dans ce projet. De plus, cette politique devra être assez souple pour assurer une gestion méthodique du marché selon l'offre et la demande, la concurrence des importations et les possibilités d'exportation.
14. En ce qui touche la détermination des prix, plusieurs options de politique se présentent. Nous recommandons cependant que le régime prévienne que:
  - a) les offices provinciaux de denrées détiennent et exercent de façon appropriée le pouvoir de déterminer les prix sur leur marché;
  - b) dans l'exercice de ce pouvoir, les offices provinciaux auront à faire face aux contraintes que leur imposent le marché interprovincial libre et la structure des prix d'achat établie par l'Office canadien;
  - c) chaque office provincial de denrées devra en tout temps maintenir les prix à un niveau réaliste;
  - d) l'Office canadien, de son côté, fixera les prix auxquels il pourra retirer du marché ou acheter le dindon dans chaque province;
  - e) l'Office canadien déterminera périodiquement ses prix selon les conditions que présentera l'ensemble du marché;
  - f) l'Office canadien ne vendra pas de dindon, acheté en vertu de son programme d'achat dans une province quelconque sans consulter l'office provincial d'abord et devra également respecter les dispositions anti-dumping du régime;
  - g) les offices provinciaux devront aviser promptement l'Office canadien et les autres offices provinciaux de tout changement de prix en donnant les motifs d'un tel changement;
  - h) un réseau efficace de communication sera établi pour assurer l'échange le plus complet d'information.

15. All provincial commodity boards must have all necessary powers over prices and product to ensure the proper functioning of the plan.

#### Sales verification

16. Powers to require disclosure of information by all persons engaged in the production, processing, transporting and marketing of turkeys should be included in the plan and in the powers of all provincial commodity boards. It is clearly understood, however, that this power should be permissive as to its use and should be used with discretion.

#### Membership of the Agency

17. Initially, the agency shall be composed of one member named by each commodity board of the participating provinces. Additional members may be admitted when provincial or area commodity boards are established or other acceptable arrangements made with the agency.
18. A quorum for agency meetings shall be two-thirds of the members representing at least one-half of the total Canadian marketing allocations of turkey for the current year.

It is suggested that initially the agency operate in a manner similar to the National Turkey Co-ordinating Committee in order to allow its administrative structure to develop with its needs.

#### Levies

20. The provincial commodity boards acting as agents of the National agency shall collect on behalf of the agency such funds as are necessary to provide for the cost of a successful operation.

#### Advisory Committee

21. An advisory committee shall be established to advise the agency. The members of such committee may be representatives of consumers, producers, the trade, the allied industries or others concerned.

#### Provision for appeal

22. That provisions for appeal against decisions of the agency shall be as set out in the Farm Products Marketing Agencies Act.

#### Head Office

23. The national agency would initially be located in Winnipeg, Manitoba. This decision should be subject to review by the agency.

15. Tous les offices provinciaux de denrées doivent posséder, pour la détermination des prix et l'écoulement du produit, des pouvoirs qui assureront le bon fonctionnement du régime.

#### Vérification des ventes

16. Il faudra intégrer au régime et aux attributions de tous les offices provinciaux le pouvoir d'obliger toutes les personnes engagées dans la production, la transformation, le transport et la vente du dindon à communiquer l'information requise. Il est bien entendu, cependant, que le recours à ce pouvoir devra être facultatif et utilisé avec beaucoup de discernement.

#### Composition de l'office

17. Au début, l'Office canadien sera composé de sept membres, l'un étant nommé par l'office de denrées de chaque province. Des membres additionnels seront admis lorsque d'autres offices de denrées provinciales ou régionales seront établies ou acceptées au préalable.
18. Aux réunions de l'Office canadien, la quorum sera des deux tiers des membres, représentant au moins la moitié de tous les contingents du marché du dindon attribués au Canada pour l'année en cours.
19. Afin que la structure administrative de l'Office canadien puisse évoluer selon les besoins, celui-ci pourrait fonctionner au début d'une façon semblable au Comité national de coordination du marché du dindon.

#### Cotisations

20. Les offices provinciaux de denrées, à titre d'agents de l'Office canadien, recueilleront au nom des sommes nécessaires pour en assurer le fonctionnement efficace.

#### Comité avisaire

21. Un comité consultatif sera établi pour aviser l'Office canadien. Les membres de ce comité seront des consommateurs, des producteurs, des représentants du commerce, des industries connexes et autres concernés.

#### Provision d'appel

22. Les dispositions qui permettraient d'en appeler des décisions de l'Office canadien seraient celles qui sont prévues dans la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme.

#### Siège social

23. L'Office canadien se localiserait initialement à Winnipeg, Manitoba. Cette décision serait sujet à révision par l'Office canadien.