

Court File No: 25192

IN THE SUPREME COURT OF CANADA
ON APPEAL FROM THE COURT OF APPEAL OF THE NORTHWEST TERRITORIES

BETWEEN:

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

APPELLANT

AND:

PINEVIEW POULTRY PRODUCTS LTD.

RESPONDENT

AND:

THE COMMISSIONER OF THE NORTHWEST TERRITORIES, as represented by THE ATTORNEY GENERAL OF THE NORTHWEST TERRITORIES, SIERRA LEGAL DEFENCE FUND, THE ATTORNEY GENERAL FOR CANADA, THE ATTORNEY GENERAL FOR QUEBEC, THE ATTORNEY GENERAL FOR ALBERTA, THE ATTORNEY GENERAL FOR BRITISH COLUMBIA, AND THE ATTORNEY GENERAL FOR ONTARIO

INTERVENERS

AND BETWEEN:

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

APPELLANT

AND:

FRANK RICHARDSON operating as NORTHERN POULTRY

RESPONDENT

AND:

THE COMMISSIONER OF THE NORTHWEST TERRITORIES, as presented by THE ATTORNEY GENERAL OF THE NORTHWEST TERRITORIES, SIERRA LEGAL DEFENCE FUND, THE ATTORNEY GENERAL FOR CANADA, THE ATTORNEY GENERAL FOR QUEBEC, THE ATTORNEY GENERAL FOR ALBERTA, THE ATTORNEY GENERAL FOR BRITISH COLUMBIA, AND THE ATTORNEY GENERAL FOR ONTARIO

INTERVENERS

FACTUM OF INTERVENER, COMMISSIONER OF THE NORTHWEST TERRITORIES as
represented by THE ATTORNEY GENERAL OF THE NORTHWEST TERRITORIES

COUNSEL

Attorney General of the
Northwest Territories
Department of Justice
Legal Division
Court House
4903 - 49 Avenue
Yellowknife, NWT X1A 2L9

James G. McConnell/Elizabeth J. Stewart
Ph: (403) 920-8074
Fax: (403) 920-0234

Solicitors for the Intervener

AGENTS

Lang Michener
Suite 300
50 O'Connor Street
Ottawa, ON, K1P 6L2

Eugene Meehan

Ph: (613) 232-7171
Fax: (613) 231-3191

Ottawa Agents to the Intervener,
the Government of the NWT

Osler, Hoskin & Harcourt
Suite 1500
50 O'Connor Street
Ottawa, ON K1P 6L2

Francois Lemieux/David Wilson
Ph: (613) 235-7234
Fax: (613) 235-2867

Solicitors to the Appellant

McLennan Ross
600 West Chambers
12220 Stony Plain Road
Edmonton, AB T5J 3L2

Graham McLennan/Katharine Hurlbut
Ph: (403) 482-9200
Fax: (403) 482-9100

Solicitors to the Respondent

Gowling, Strathy & Henderson
Suite 2600
160 Elgin Street
Ottawa, ON K1O 1C3

Henry Brown
Ph: (613) 232-1781
Fax: (613) 563-9869

Ottawa Agents to the Solicitors to the
Respondents

Gregory McDade, Q.C.
David R. Boyd
Suite 214
131 Walter Street
Vancouver, BC V6B 1H6

Ph: (604) 685-5618
Fax: (604) 685-7813

Solicitors to the Interveners,
Council of Canadians and Sierra
Legal Defence Fund Society

Gowling, Strathy & Henderson
Suite 2600
160 Elgin Street
Ottawa, ON K10 1C3

Henry Brown
Ph: (613) 232-1781
Fax: (613) 563-9869

Ottawa Agents to the Solicitors to the
Interveners, Council of Canadians and
Sierra Legal Defence Fund Society

George Thomson
Deputy Attorney General of Canada
Department of Justice
239 Wellington Street
Ottawa, ON K1A 0H8

Per: Edward Sojonky
Senior General Counsel
Ph: (613) 957-4871
Fax: (613) 957-1920

Solicitor for the Intervener, the
Attorney General of Canada

Attorney General of Alberta
Director, Civil Law Division
Department of Justice of Alberta
Constitutional Law Branch
4th Floor
9833 - 109 Street
Edmonton, AB T5K 2E8

Nolan D. Steed/Jim Bowron
Ph: (403) 498-3323
Fax: (403) 425-0307

Gowling, Strathy & Henderson
Suite 2600
160 Elgin Street
Ottawa, ON K10 1C3

Henry Brown
Ph: (613) 232-1781
Fax: (613) 563-9869

Ottawa Agents to the Intervener, the
Attorney General of Alberta

Attorney General of British Columbia
Constitutional and
Administrative Law Branch
Ministry of Attorney General
Province of British Columbia
6th Floor - 1001 Douglas Street
Victoria, BC V8V 1X4

George Copley
Ph: (250) 356-9154
Fax: (250) 356-8875

Burke-Robertson
70 Gloucester Street
Ottawa, ON K2P 0A2

V. Jennifer MacKinnon
Ph: (613) 236-9665
Fax: (613) 235-4430

Ottawa Agents to the Intervener, the
Attorney General of British Columbia

Attorney General of Quebec
Bureau de la couronne
7 Rue Laurier
1er etage
Bureau 1.230
Hull PQ J8X 4C1

Martin Lamontagne
Ph: (819) 776-8111
Fax: (819) 772-3986

TABLE OF CONTENTS

	Page
PART I	
STATEMENT OF FACTS	1
A. Introduction	1
B. Exclusion of the Northwest Territories from the National Marketing System	1
C. Negotiations to Amend the Existing Laws	3
PART II	
POINTS IN ISSUE	7
PART III	
ARGUMENT	8
A. Introduction	8
B. Standing	8
C. Infringement of Section 2(d) of the <i>Charter</i>	10
D. Infringement of Section 6(2)(b) of the <i>Charter</i>	13
E. Justification under Section 1	16
F. Remedy	18
PART IV	
RELIEF SOUGHT	20
PART V	
TABLE OF AUTHORITIES	21
APPENDICES	

PART I

STATEMENT OF FACTS

A. Introduction

1. This appeal concerns a unique historical configuration of events that has resulted in the exclusion of the residents of the Northwest Territories from the national supply management system for eggs.

10

2. This singular factual matrix arises from one salient point. At the time the Appellant commenced its legal actions against the Respondents, and to this day, residents of the Northwest Territories cannot, under the legal regime that governs the egg marketing system, market eggs produced in the Northwest Territories in interprovincial trade. As Madame Justice Hunt observed of the Respondents: "in contrast to producers in other parts of the country, they are unable to pursue their livelihood because they wish to engage in it in the Northwest Territories."

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1394

20

B. Exclusion of the Northwest Territories from the Marketing System

3. This exclusion is rooted in the historical origins of the supply management for eggs.

30

4. In 1972, pursuant to the *Farm Products Marketing Agencies Act* (the "Act"), S.C. 1970-71-72, c. 65 (now the *Farm Products Agencies Act*, R.S. 1985, c. F-4; Appendix "1"), the *Canadian Egg Marketing Agency Proclamation*, C.R.C., c. 646, (the "Proclamation"; Appendix "2") was issued. Under the *Proclamation* the Canadian Egg Marketing Agency ("CEMA") was established and a plan for the marketing of eggs from domestic hens was brought into being.

5. Under this marketing plan, quotas were allocated for each of the ten provinces based on each province's egg production in the years 1967 to 1971. During this period there was no production in the Northwest Territories.

Appeal Case, Vol. III, Tab 15, 547

6. The entire legislative framework for supply management of eggs reflects the historical origin of the marketing plan. Participation is limited to the boards and commodity 10 boards of the ten provinces that were the original beneficiaries of the plan. Quotas are allocated only to those jurisdictions.

Proclamation, s. 1; Part II, s. 1; *The Canadian Egg Marketing Quota Regulations* ("Quota Regulations"), SOR/86-8, s. 2 (Appendix "3"); *Canadian Egg Marketing Levies Order*, SOR/83-843, s. 2 ("Appendix "4"); *Proclamation*, Part II, Table; *Quota Regulations*, Schedule

7. No producer can market eggs in interprovincial or export trade without a 20 federal quota and a licence.

Quota Regulations, s. 4; *The Canadian Egg Licensing Regulations*, 1987, SOR/87-242, ss. 3 and 4 (Appendix "5")

8. The effect of the *Proclamation*, the *Quota Regulations*, and the *Licensing Regulations* (the "regulatory scheme") is to require Northwest Territories egg producers to possess quotas and licences to market eggs in interprovincial and export trade while denying them any way of legally obtaining such quotas.

30 9. The learned Trial Judge, Mr. Justice de Weerdt, found that in order for a quota to be allocated to the Northwest Territories, the *Proclamation* and the *Quota Regulations*

would have to be amended. Madame Justice Hunt stated that the "evidence suggests that there would also have to be an amendment to the federal-provincial agreement".

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1394

10. Egg production has been carried on in the Northwest Territories since 1987. Yet the status quo inherited from 1972 is preserved in legal amber.

Appeal Case, Vol. III, Tab 15, 555

10

C. Negotiations to Amend Existing Laws

11. The history of negotiations over the last thirteen years is not relevant to the actions launched by the Appellant against the Respondents. These actions involve enforcement of the existing regulatory framework. The possibility that this framework may be amended at some future date is irrelevant to the constitutionality of the regulatory scheme that existed when the acts the Appellant complains of in its Statements of Claim occurred.

Appeal Case, Vol. I, Tab 2 and 3, 1-10

20

12. Madame Justice Hunt's comments on the lack of progress in negotiations are apropos:

30

CEMA says a process is in place to allow the Northwest Territories into the scheme and that, in effect, the courts ought not to interfere with that process. But, for whatever reason, that process has not worked, through no fault of the Respondents. This is almost like saying that courts should not interfere with legislation that infringes *Charter* rights, because a process exists for changing the legislation. Such an argument would be, to say the least, cold comfort to the offended party and a totally unacceptable response to a *Charter* breach.

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1435

13. However, the Appellant has made statements of fact with respect to the negotiations which require explanation or clarification.

14. On April 18, 1984, Mr. James Britton, then Deputy Minister of the Department of Economic Development and Tourism in the Government of the Northwest Territories, wrote to Mr. Jean Brassard, then General Manager of CEMA, to indicate that the Government of the Northwest Territories wished to pursue an egg quota for the Northwest Territories that would enable egg producers in the Northwest Territories to ship eggs into the provinces.

Appeal Case, Vol. IV, Tab 17, 629

15. In a letter dated September 4, 1984, Mr. Brassard replied that based on the existing regulatory framework "the Agency was not legally authorized to allot quotas to producers in the Northwest Territories." Mr. Brassard further stated that:

20 Any authorities to consider your request can only be given to the Agency by an amendment to the existing Federal-Provincial Agreement on Eggs and a subsequent amendment made by the Governor in Council to the Agency's Proclamation.

Appeal Case, Vol. IV, Tab 17, 632.

16. In the thirteen years since the initial approach of the Government of the Northwest Territories to CEMA there has been no agreement on the terms of the Northwest Territories entry into the egg marketing system.

30 17. The main obstacle to an agreement has been the difficulty in reaching an

agreement on the level of quota that would be allocated to the Northwest Territories.

Appeal Case, Vol. I, Tab 14, 120-129

18. In Paragraph 32 of its Factum, CEMA also claims that a second stumbling block has been "the clandestine interprovincial egg marketing activities carried out by the Respondents, in breach of an informal agreement with the Government of the Northwest Territories to limit production".

10 19. The only evidence CEMA adduces of this is testimony from Mr. John Colford of the "chilling effect" of these marketing activities. Yet close examination of Mr. Colford's testimony shows that Mr. Colford was not testifying as to the actual effect of any marketing on negotiations but rather to his concerns about the possible effects of such marketing.

Appeal Case, Vol. II, Tab 14, 279-280

20 20. In addition, it should also be noted that the assertion in Paragraph 29 of the Appellant's Factum that the negotiations were being conducted "on the premise that a quota system will be put into place in the Northwest Territories from which federal quota will automatically flow after the Government of the Northwest Territories establishes an egg board and puts into place territorial quota controls" is contrary to the integrated and dovetailing nature of the supply management system.

21. It is illogical to speak of federal quota flowing from a quota system put in place in the Northwest Territories as it is not within the jurisdiction of the Northwest Territories to regulate interprovincial trade. The essence of the national system is the complementary implementation of quotas and regulatory measures by each government to bridge the division of powers between governments. This means that concurrent federal and territorial action is

necessary.

22. In 1991, the Legislative Assembly of the Northwest Territories enacted the *Agricultural Products Marketing Act* (Appendix "6"). This statute was assented to on July 7, 1991 but has not yet been proclaimed into force. It provides for the establishment of a producer board and a territorial marketing plan. This legislation will be proclaimed into force if the Northwest Territories receives a global allocation.

Appeal Case, Vol. III, Tab 15, 553

10

23. Both courts below rejected CEMA's assertion that the Government of the Northwest Territories had to first establish a marketing regime before receiving federal quota. The learned Trial Judge Mr. Justice de Weerdt concluded that "it is premature to proclaim Northwest Territories Legislation in force until CEMA's proclamation is amended to provide appropriately for inclusion of the Northwest Territories...in the regulatory scheme."

Appeal Case, Vol. VI, Tab 38, 1368 and Tab 40, 1437

PART II

POINTS IN ISSUE

24. The issues raised by this Appeal will require a determination of whether the unanimous Court of Appeal of the Northwest Territories erred in upholding the Trial Judge's decision that:

- 10
- a) granted "public interest" standing or any other form of standing to the Respondents;
 - b) found that the regulatory scheme infringed Sections 2(d) and 6 of the *Charter* and that such infringements were not saved by Section 1;
 - c). crafted a remedy that exempted egg producers in the Northwest Territories from the regulatory scheme.

PART III**ARGUMENT****A. Introduction**

25. The facts show that persons wishing to market Northwest Territories produced eggs are legally shut out of the national association that is devoted to integrated management of the Canadian egg market.

10

26. This is inequitable. It is, as Madame Justice Hunt noted, "the very fact of its inequitableness, to one part of the country, that brings these parties to court."

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1437

27. It is the position of the Intervener that the Court of Appeal of the Northwest Territories did not err in upholding the judgement of the learned Trial Judge, Mr. Justice de Weerdt.

20

B. Standing

28. Madam Justice Hunt was "unable to say that the trial judge erred in granting standing". She noted, in particular, that this was a matter within the discretion of the trial judge.

Appeal Case, Vol. VI., Tab 40, 18

29. CEMA appears to argue in Paragraphs 41 to 50 of its Factum that it was an error to grant standing to the Respondents as:

30

- a) There are no individuals whose *Charter* rights could be affected by the regulatory scheme;
- b) Public interest standing was not properly granted because the Respondents are Defendants in the within matter; they are defending their own rights and not those of others; and because they are corporations claiming *Charter* rights.

30. The Intervener adopts the arguments set out in Paragraphs 39 to 42 of the Respondents' Factum for concluding there are individuals involved in the actions and there
10 was an agreement among counsel that for the purposes of a determination of the constitutional issues it would be assumed the issues were properly before the Court.

31. In terms of the granting of public interest standing, the factors put forward by CEMA do not address the three key elements of the test for public standing as enunciated by this Honourable Court (a serious issue concerning the invalidity of legislation, a party showing genuine interest in the issue or that it is directly affected by it, and no other reasonable and effective manner in which the issue may be brought before a court). These requirements are, as found by both levels of Court below, met by the Respondents in this case.

20

Minister of Justice (Can.) v. Borowski [1981] 2 S.C.R. 575, at 598 (Joint Book of Authorities Vol. II, Tab 18)

32. The granting of public interest standing in this case fulfills its central purpose which is to prevent the "immunization of legislation or public acts from any challenge" while preserving judicial resources.

Canadian Council of Churches [1992] S.C.R. 236 at 252 (Joint Book of Authorities, Vol. II, Tab 5)

30

C. Infringement of Section 2(d) of the *Charter*

33. Madame Justice Hunt found that the regulatory scheme infringed section 2(d) of the *Charter* as the scheme breached the second category of Mr. Justice McIntryre's framework set out in *Reference Re Public Service Employee Relations Act (Alta.)*, [1987] 1 S.C.R. 313 (Joint Book of Authorities Vol. IV, Tab 38). She also concluded that she was "not convinced that the impugned scheme would not fall afoul of freedom of association, as described in categories one and three" of Mr. Justice McIntryre's scheme.

10 34. Freedom of association under the first category of this scheme is limited to the right to associate with others in common pursuits or for certain purposes with neither the objects nor the actions of the group being protected. Under the second category, freedom of association concerns the freedom to engage in activities that are constitutionally protected for the individual. The third category provides protection for individuals doing together what they may lawfully do alone.

35. As the Intervener understands CEMA's argument, the Court of Appeal is said to have erred in:

- 20 a) Identifying the Respondents' exclusion from the marketing system as a question of association and not as merely an activity of an association that would not be protected by freedom of association;
- b) According constitutional status to a mere commercial activity and in effect constitutionalizing a right to freedom to trade in defiance of established legal precedents;
- c) Opening regulatory authority to attacks based on constitutional protection of commercial activity.

36. The Court of Appeal held that in the unique circumstances of this case the activity to be regulated and the element of association were the same. Fundamentally, one cannot market without associating with others. CEMA, in Paragraph 61 of its Factum, puts forward the definition of "marketing" taken from the Regulatory Scheme in arguing that individuals can market by themselves. Yet the activities encompassed by the notion of "marketing" are premised on a relation between two parties.

10 37. Freedom of association, therefore, is properly invoked by the Respondents as it is the very fact of their being able to associate, as opposed to the purpose of the association, that is precluded by the Regulatory Scheme.

38. CEMA also argues that a right to freedom of contract is being constitutionalized. This misconstrues the essence of the entire case. The Respondents, as stated in Paragraph 67 of their Factum, seek only to associate with other traders "in the same way" as those traders can lawfully associate with each other. This means joining the regulatory club and taking on the obligations of the regulatory scheme as well as enjoying the benefits of regulation. This is far from a broad constitutionalization of the right to trade.

20 39. Indeed, the exclusion of the Respondents from the national egg marketing scheme offends the fundamental purpose of section 2(d). As Mr. Justice McIntyre observed in the *Public Service Reference*, at 393:

Freedom of association is one of the most fundamental rights in a free society. The freedom to mingle, live and work with others gives meaning and value to the lives of individuals and makes organized society possible.

40. In discussing the legal precedents in Paragraph 58 of its Factum, CEMA fails 30 to specifically address the careful analysis conducted by Madame Justice Hunt in discussing *R. v. Skinner*, [1990] 1 S.C.R. 1235 (Joint Book of Authorities, Vol. III, Tab 33) and *Milk*

Board v. Clearview Dairy Farms Inc. (1986), 69 B.C.L.R. (C.A.) (Joint Book of Authorities, Vol. II, Tab 17).

41. With respect to *Professional Institute of the Public Service of Canada v. NWT (Commissioner)*, [1990] 2 S.C.R. 367 (Joint Book of Authorities, Vol III, Tab 25), this case is distinguishable insofar as the issue pertained to collective bargaining, an activity carried on by the Professional Institute. In the unusual facts of the instant case one cannot separate the association from its activities.

10 42. CEMA's final argument is that regulatory systems will be vulnerable to assaults if the Respondents' arguments are adopted. This is not accurate. The Court of Appeal was faced with an unusual fact situation in which an entire jurisdiction was excluded from the parameters of an association. Moreover, the Respondents merely wish to join the national association and not to undermine it.

43. Indeed, to uphold the exclusion of the Respondents from the national scheme undermines the very purpose of the regulatory scheme and detracts from the national scope of building a truly effective co-operative regulatory mechanism.

20 44. This is also reflected in the role freedom of association has in relation to other *Charter* rights, more specifically, to the mobility rights of an individual.

45. In Paragraph 60 of its Factum, CEMA deals with this third category of protection as set out by Mr. Justice McIntryre. CEMA does not explain, however, why freedom of association should not be used to promote the legitimate *Charter* values guaranteed by s. 6.

46. Thus, it is submitted that CEMA has failed to demonstrate how the Court of Appeal erred in finding the Regulatory Scheme infringed s. 2(d) of the *Charter*.

D. Infringement of Section 6(2)(b) of the *Charter*

47. The unanimous Court of Appeal found that the exclusion of the Respondents from the national supply system infringed s. 6(2)(b) of the *Charter* and was not saved by s. 6(3)(a).

48. CEMA argues that the Court of Appeal erred in:

- 10 a) "virtually ignoring" the *Reference Re Agricultural Products Marketing Act*, [1978] 2 S.C.R. 1178 (the "Egg Reference") (Joint Book of Authorities, Vol. IV, Tab 37); a case that CEMA argues resolves the constitutionality of the Regulatory Scheme;
- b) holding that CEMA's contention that the gravamen of s. 6(2)(b) is to make province of residence a criterion of exclusion was too narrow;
- c) misinterpreting the role of s. 6(3)(a) as a savings clause and misconstruing the definition of "discrimination".

20 49. The Court of Appeal carefully considered the *Egg Reference* case but found it was of little assistance as this Honourable Court did not have before it the facts of the instant case, that is, the total exclusion of a Canadian jurisdiction from the egg marketing scheme. Contrary to CEMA's assertion in Paragraph 68 of its Factum, the complaint of the challengers here could not be more different than the complaint of the challengers in the *Egg Reference* case.

50. Moreover, the *Egg Reference* case was a pre-*Charter* case in which this Honourable Court dealt with division of powers issues.

51. CEMA does not address these concerns in its Factum. Indeed, the thrust of CEMA's argument in Para. 69 to 71 is not directed at the facts of the instant case at all, the exclusion of the Northwest Territories from the regulatory scheme, but at a defence of the co-operative federal-provincial scheme as a whole.

52. The *Egg Reference* is relevant in one respect. Chief Justice Laskin adopted the view that s. 121 of the *Constitution Act, 1867* was meant to preserve a free flow of trade regulated in subsidiary features which are incidents of the trade. Trade regulation in its essence and purpose related to provincial boundaries was prohibited.

Egg Reference, 1268

53. Regulation in relation to provincial boundaries is only valid in relation to the incidental features of the scheme, the terms of trade.

54. From the perspective of the Northwest Territories, the effect of the exclusion is a prohibition of trade on the basis of provincial boundaries, not regulation of the incidents or terms of trade.

20
55. The learned Trial Judge concluded that "radical amendment" is required to the regulatory scheme if it "is no longer to be seen as violating the spirit, if not the ancient letter of s. 121" of the *Constitution Act, 1867*.

Appeal Case, Vol. VI, Tab 38, 1360

56. CEMA also, in Paragraph 72, fails to address the Court of Appeal's analysis of *MacKinnon v. Canada (Fisheries and Oceans)* (1987), 1 F.C. 490 (T.D.) (Joint Book of Authorities, Vol. II, Tab 14) and *Re Groupe des Eleveurs and the Chicken Marketing Agency* (1984), 14 D.L.R. (4th) 151 (F.C.T.D., Joint Book of Authorities, Vol. IV, Tab 36).

57. In Paragraphs 73 and 74 CEMA argues that the Court of Appeal erred in not concluding that the “gravamen of s. 6(2)(b) is making province of residence a criterion of exclusion”. To limit the role of s. 6(2)(b) to preventing non-residents of a province from being treated less favourably than residents would fall short of giving a liberal and generous interpretation to s. 6(2)(b) to ensure its purpose is achieved.

58. This purpose was enunciated by Mr. Justice La Forest in *Black v. Law Society of Alberta* [1989] 1 S.C.R. 591, at 612 (Joint Book of Authorities, Vol. I, Tab 3):

10

Inhering in citizenship is the right to reside wherever one wishes in the country and to pursue the gaining of a livelihood without regard for provincial boundaries....Like other individual rights guaranteed by the *Charter*, it must be interpreted generously to achieve its purpose to secure to all Canadians and permanent residents the rights that flow from membership or permanent residency in a united country.

20

59. To read s. 6(2)(b) narrowly would, ironically, exclude national schemes of economic co-operation such as national egg marketing from the protection of the economic mobility provision of the *Charter*.

60. CEMA also argues in Paragraph 76 that the Court of Appeal erred in misconstruing s. 6(3)(a). CEMA does not elaborate on how the way the Court of Appeal phrased the section or used it as a “saving” clause affected its decision or why s. 6(3)(a) is thereby rendered “meaningless”.

30

61. Similarly, CEMA attempts to transport the s. 15 concept of “discrimination” into s. 6. That was a concept developed in s. 15 to prevent stereotyping and protect personal dignity. It has limited relevance to the purposes of s. 6 that are related to personal mobility within a common union.

62. As Madame Justice Hunt concluded, the "facts here fall entirely within the notion of s. 6(2)(b) articulated in *Black*." The Respondents are barred from pursuing their livelihoods, in that they cannot market their eggs across the border of the Northwest Territories into other Canadian jurisdictions. The ultimate effect is to preclude egg producers from moving to, locating and operating egg production facilities in the Northwest Territories, the product of which can be marketed in interprovincial trade.

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1429

10

63. Section 6(3)(a) does not save the laws under challenge as the effect of these laws is to discriminate on the basis of province of residence. Residents from the Northwest Territories cannot apply for a quota because, under the existing regulatory scheme, no quota is or can be legally allocated to that jurisdiction.

D. Justification under Section 1

64. The Court of Appeal found that the three part test of *R. v. Oakes* [1986] 1 S.C.R. 103 (Joint Book of Authorities, Vol. III, Tab 31) had not been met and that the exclusion of the Northwest Territories from the regulatory scheme was not justified under s. 1.

65. The determining element in the s. 1 analysis in this case is what constitutes the "limit" which must be justified under s. 1.

66. Only the regulatory scheme and the exclusion of the Northwest Territories from it is under challenge and not the entire supply management system.

67. As Madame Justice Hunt concluded, the proper question to ask is whether the exclusion of the Northwest Territories from the marketing scheme can be justified.

Appeal Case, Vol. VI, Tab 40, 1434

68. CEMA has never explained how a scheme that specifically excludes part of Canada serves the Canada-wide aspirations of the marketing system today. There is a disjunction between the historical anomaly contained in the regulatory scheme and the objectives of the overall federal-provincial system. Consequently, there can be no pressing and substantial objective when the limit that CEMA seeks to justify inherently contradicts the objectives of supply management as a whole.
10

69. Similarly, in terms of the first test for proportionality, there can be no rational connection between the exclusion of the Northwest Territories and the use of historical production/marketing patterns to allocate quota. Exclusion is not necessitated in order to achieve the broader goals of the system.

70. It is also impossible to talk of minimal impairment when the effect of the exclusion of the Northwest Territories is a total prohibition of interprovincial trade of eggs produced in the Northwest Territories.
20

71. It is submitted that there is no proportionality between the exclusion of the Northwest Territories from the supply marketing system and the objectives of a stable industry and of an equitable allocation of quota. Indeed, the objectives of the system as a whole mandate the inclusion of the Northwest Territories in the supply management system.

72. In Paragraph 93(c) CEMA asks whether it will vindicate the values and purposes of the *Charter* to find that the impugned laws do not satisfy the proportionality test.

73. Chief Justice Dickson in *R. v. Oakes*, at 139 stated that in every case courts "will be required to balance the interests of society with those of individuals and groups" in assessing proportionality.

74. It is submitted that Canadian society, the people of the Northwest Territories and the Respondents have a common interest in the inclusion of the Northwest Territories in the supply management system and that any exclusion is detrimental to both societal and individual interests.

10

F. REMEDY

75. The Court of Appeal found that the learned Trial Judge's remedy was appropriate and faithful to the principles expressed by this Honourable Court in *Schacter v. Canada* [1992] 2 S.C.R. 679 (Joint Book of Authorities, Vol. IV, Tab 41).

76. CEMA claims that the Court of Appeal erred in:

- 20
- a) Leaving intact a remedy that is disproportionate to the *Charter* infringement and destructive of national supply management systems;
 - b) Not suspending any limited declaration of invalidity.

77. There is no actual evidence before this Court of any detrimental effect from the marketings of the Respondents. As pointed out by both Courts below, production from the Northwest Territories is minuscule compared to national egg production. As well, there is no evidence of any effect on other supply management systems. Indeed, as the Respondents point out in Paragraph 117 of their Factum, other supply management systems have adapted to changing times and have mechanisms to allow for non-signatories.

78. In contrast, the Respondents are faced with a total prohibition of their interprovincial trade.

79. The remedy crafted by the Trial Judge is a balanced approach to ensuring protection for *Charter* rights while preserving the supply management system.

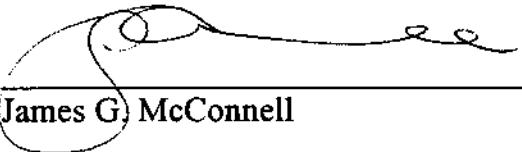
80. To suspend any declaration of invalidity would be to restore the inequity that brought the parties to court. Given the lack of progress over last thirteen years, without the guidance and direction of this Honourable Court there is little likelihood of the Northwest Territories becoming a member of the supply system. Yet inherent in the decisions of the Courts below was a vision of Canada as one economic union, where the residents of the Northwest Territories may associate with other citizens of Canada in pursuing their livelihood across provincial and territorial boundaries.
10

PART IV**RELIEF SOUGHT**

81. The Commissioner of the Northwest Territories, as represented by the Attorney General of the Northwest Territories, respectfully requests that the appeal be dismissed.

ALL OF WHICH IS RESPECTFULLY SUBMITTED THIS 16th DAY OF MAY, 1997.

10



James G. McConnell

20



Elizabeth J. Stewart

Solicitors for the Intervener, the Commissioner of the Northwest Territories as Represented by the Attorney General of the Northwest Territories

30

PART V**TABLE OF AUTHORITIES****A. CASE AUTHORITIES**

Referred to
at Paragraphs

10	<i>Black v. Law Society of Alberta</i> [1989] 1 S.C.R. 591	58, 61
	<i>Canadian Council of Churches v. Canada (Minister of Employment and Immigration)</i> , [1992] 1 S.C.R. 236	32
	<i>MacKinnon v. Canada (Fisheries and Oceans)</i> [1987] 1 F.C. 490 (T.D.)	56
20	<i>Milk Board v. Clearview Dairy Farms Inc.</i> (1986), 60 B.C.L.R. 220, affd. (1987), 12 B.C.L.R. (2d) 116 (C.A.)	40
	<i>Minister of Justice (Canada) v. Borowski</i> [1981] 2 S.C.R. 575	31
	<i>Professional Institute of the Public Service of Canada v. Northwest Territories</i> , [1990] 2 S.C.R. 367	41
30	<i>R. v. Oakes</i> [1986] 1 S.C.R. 103	64, 73
	<i>R. v. Skinner</i> [1990] 1 S.C.R. 1235	40
	<i>Re Groupe des Eleveurs de Volailles de L'Est de L'Ontario</i> (1984), 14 D.L.R. (4th) 151 (F.C.T.D.,)	56
	<i>Reference Re. Agricultural Products Marketing Act</i> [1978] 2 S.C.R. 1178,	48-50, 52

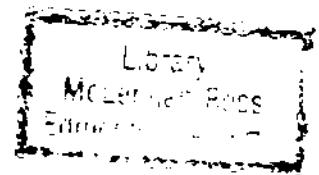
<i>Reference Re. Public Service Employee Relations Act (Alta.)</i>	
[1987] 1 S.C.R. 313	33,34,39,45

<i>Schachter v. Canada</i>	
[1992] 2 S.C.R. 679	75

B. STATUTORY AUTHORITIES

10 <i>Agricultural Products Marketing Act</i>	
S.N.W.T. 1991 (Supp.) C. 115	22
<i>Canadian Egg Licensing Regulations, 1987</i>	
SOR/87-242, as amended	7,8
<i>Canadian Egg Marketing Agency Levies Order</i>	
SOR/83-843, as amended	6
20 <i>Canadian Egg Marketing Agency Proclamation</i>	
C.R.C. c. 646, as amended	4,6,8,9,15
<i>Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations</i>	
SOR/86-8 as amended	6-9
<i>Farm Products Agencies Act</i>	
R.S. 1985, c. F-4 as amended	4,8

00023



**STATUTES
OF
CANADA**

**LOIS
DU
CANADA**

Consolidation prepared by the Department of Justice
and published pursuant to the
Statute Revision Act

Codification réalisée par le ministère de la Justice
et publiée en vertu de la Loi sur la révision
des lois

VOLUME VI

Chapters F-1 to H-6

VOLUME VI

Chapitres F-1 à H-6

Updated to April 30, 1993

À jour au 30 avril 1993

1993 04 30

receipt thereof, or, if Parliament is not then sitting, on any of the first fifteen days next thereafter that either House of Parliament is sitting. 1970-71-72, c. 65, s. 16.

siège pas, dans les quinze premiers jours de séance ultérieurs de l'une ou l'autre chambre. 1970-71-72, ch. 65, art. 16.

PART II FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES

Establishment

Establishment of agencies

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

Plebiscites

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

Agencies to be bodies corporate

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

R.S., 1985, c. F-4, s. 16; 1993, c. 3, s. 13(F).

Contents of proclamation

17. (1) A proclamation establishing an agency shall

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

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

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

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

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

PARTIE II OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE FERME

Création

Création des offices

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

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

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

L.R. (1985), ch. F-4, art. 16; 1993, ch. 3, art. 13(F).

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

Contenu de la proclamation

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

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

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

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

(d) state the corporate name of the agency and the place within Canada where the head office of the agency is situated; and
 (e) fix the number of members of the agency, which shall be not less than three and not more than sixteen at least a majority of whom shall be primary producers, and provide for the manner of appointment of members and temporary substitute members and the term of their appointment if the manner and term are to be other than as provided in subsection 18(1).

Alteration

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

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

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

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

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

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

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

(f) provide for the manner of appointment of members and temporary substitute members of an agency and a term of appointment of

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Limitation

those members that varies from the manner and term provided in subsection 18(1) or from the manner and term provided in the proclamation establishing the agency.

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

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

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

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

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

Membership of Agencies

Appointment

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

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

Chairman and vice-chairman

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

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

Eligibility

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

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

Temporary substitute members

(4) If a member of an agency, other than the chairman, is absent or unable to act, the Governor in Council may, unless otherwise provided in the proclamation establishing the agency, appoint a temporary substitute member on such conditions as the Governor in Council prescribes. 1970-71-72, c. 65, s. 19; 1980-81-82-83, c. 47, s. 16.

(4) En cas d'absence ou d'empêchement d'un membre, à l'exception du président, le gouverneur en conseil peut, sauf disposition contraire de la proclamation créant l'office, désigner, aux conditions qu'il fixe, un membre suppléant. 1970-71-72, ch. 65, art. 19; 1980-81-82-83, ch. 47, art. 16.

Chairman

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

19. Le président d'un office préside les réunions de celui-ci; en cas d'absence ou d'empêchement du président, ou de vacance de son poste, la présidence est assumée par le vice-président. 1970-71-72, ch. 65, art. 20.

of the agency shall act as chairman for the time being. 1970-71-72, c. 65, s. 20.

Salaries and fees

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

Expenses

(2) Each member of an agency or of a consultative or advisory committee of an agency is entitled to be paid by the agency such travel and living expenses incurred by him in the performance of his duties under this Act as are provided by by-law of the agency made pursuant to paragraph 25(c). 1970-71-72, c. 65, s. 21.

Objects

Objects and Powers

21. The objects of an agency are

- (a) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relation to which it may exercise its powers; and
- (b) to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products. 1970-71-72, c. 65, s. 22.

Powers

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

- (a) purchase any regulated product in relation to which it may exercise its powers and any farm product, wherever grown or produced that is of the same kind as the regulated product in relation to which it may exercise its powers, and package, process, store, ship, insure, export or sell or otherwise dispose of any such product purchased by it;
- (b) implement a marketing plan the terms of which are set out in the proclamation establishing it or in any subsequent proclamation issued under subsection 17(2) in respect of it;
- (c) prepare and submit to the Council
 - (i) a marketing plan, if it is not empowered to implement a marketing plan, or

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

(2) Les membres d'un office ou d'un comité consultatif d'un office sont indemnisés par ce dernier, conformément au règlement administratif pris en application de l'alinéa 25c), des frais de déplacement et de séjour engagés dans l'exercice de leurs fonctions en application de la présente loi. 1970-71-72, ch. 65, art. 21.

Mission et pouvoirs

21. Un office a pour mission :

- a) de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits réglementés pour lesquels il est compétent, de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;
- b) de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés. 1970-71-72, ch. 65, art. 22.

Mission

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

- a) acheter tout produit réglementé pour lequel il est compétent et tout produit agricole, indépendamment de sa provenance, similaire à celui-ci et les emballer, transformer, entreposer, expédier, assurer, exporter ou vendre, ou faire toute autre opération à leur égard;
- b) exécuter le plan de commercialisation dont les modalités sont énoncées dans la proclamation le créant ou dans toute proclamation ultérieure prise en application du paragraphe 17(2);
- c) préparer et soumettre au Conseil, s'il l'estime judicieux pour la réalisation de sa mission :
 - (i) soit un plan de commercialisation, si son mandat original n'en comporte pas,

Pouvoirs

- (ii) any amendments to the marketing plan that the agency is empowered to implement,
- that it considers appropriate for the attainment of its objects;
- (d) undertake and assist in the promotion of the consumption and use of any regulated product in relation to which it may exercise its powers, the improvement of the quality and variety thereof and the publication of information in relation thereto;
- (e) designate bodies through which any regulated product in relation to which it may exercise its powers or any variety, class or grade of any such product shall be marketed in interprovincial or export trade;
- (f) where it is empowered to implement a marketing plan, make such orders and regulations as it considers necessary in connection therewith, but all such orders and regulations shall, in the case of orders and regulations that are of a class to which paragraph 7(1)(d) is made applicable, be submitted to the Council before the making thereof, and in any other case, be submitted to the Council either before or after the making thereof and
- (i) any order or regulation that is submitted to the Council before the making thereof and that is thereafter made before the Council approves the order or regulation is of no force or effect, and
 - (ii) any order or regulation that is submitted to the Council after the making thereof and that is set aside by order of the Council thereupon ceases to be of any force or effect;
- (g) by order, require any person designated by it who is engaged in the marketing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers, or any person who is a member of a class of persons designated by it and who is so engaged, to deduct from any amount payable by him to any other person engaged in the production or marketing of the regulated product any amount payable to the agency by the other person by way of licence fees, levies or charges provided for in any marketing plan that the agency is authorized to implement and to remit all amounts so deducted to the agency;
- (ii) soit des modifications du plan de commercialisation prévu par son mandat;
- d) encourager, directement ou indirectement, la consommation et l'utilisation de tout produit réglementé pour lequel il est compétent, l'amélioration de sa qualité et la multiplication de ses variétés, ainsi que la publication de toute information le concernant;
- e) désigner les organismes chargés de commercialiser le ou les produits réglementés pour lesquels il est compétent, ou toute variété, classe ou qualité de ces produits, sur le marché interprovincial ou d'exportation;
- f) prendre les ordonnances et règlements qu'il considère nécessaires à l'exécution du plan de commercialisation qu'il est habilité à mettre en œuvre, après les avoir soumis au Conseil, lorsqu'ils relèvent d'une catégorie à laquelle l'alinéa 7(1)d) est applicable, ou, dans tout autre cas, soit après soit avant leur présentation au Conseil, étant entendu que :
- (i) les ordonnances et règlements soumis au Conseil avant leur prise sont sans effet s'ils sont pris avant approbation par celui-ci,
 - (ii) les ordonnances et règlements soumis au Conseil après leur prise sont inopérants à compter de leur annulation, le cas échéant, par ordonnance du Conseil;
- g) par ordonnance, exiger des personnes désignées par lui ou des personnes faisant partie d'une catégorie désignée par lui et se livrant à la commercialisation d'un produit réglementé pour lequel il est compétent qu'elles déduisent de toute somme payable par elles à une autre personne se livrant à la production ou à la commercialisation de ce produit réglementé le montant payable à l'office par celle-ci au titre des frais de licence, taxes ou prélevements prévus dans tout plan de commercialisation qu'il est habilité à mettre en œuvre, et qu'elles lui remettent les montants ainsi déduits;
- h) procéder à toutes opérations sur un bien immeuble, notamment l'acheter, le prendre à bail ou l'acquérir d'autre façon, le grever d'un nantissement ou d'une hypothèque, ou le vendre;
- i) établir des succursales ou avoir des mandataires au Canada ou à l'étranger;
- j) dépenser les sommes reçues par lui dans le cadre de son mandat au titre des frais de licence, taxes ou prélevements payés par des

- (h) purchase, lease or otherwise acquire and hold, pledge, mortgage, hypothecate, sell or otherwise deal with any real property;
- (i) establish branches or employ agents in Canada or elsewhere;
- (j) expend any money received by it through the conduct of its operations, whether by way of licence fees, levies or charges paid by persons engaged in the production or marketing of any regulated product in relation to which it may exercise its powers or otherwise;
- (k) invest any money in its possession or control that in its opinion is not immediately required for the purposes of its operations, in securities of or guaranteed by the Government of Canada and sell any securities so acquired by it and reinvest the proceeds thereof or any part thereof in like manner;
- (l) borrow money on the credit of the agency and on the security of any regulated product or other property held by it;
- (m) undertake to advertise and promote and do research into new markets for the establishment of greater sales; and
- (n) do all such other things as are necessary or incidental to the exercise of any of its powers or the carrying out of any of its functions under this Act.

Additional powers in intraprovincial trade

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

Delegation of powers

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

R.S., 1985, c. F-4, s. 22; 1993, c. 3, s. 13(F).

Where marketing plan makes allocation

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

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

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

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

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

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

Commerce intraprovincial pouvoirs supplémentaires

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

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

L.R. (1985), ch. F-4, art. 22; 1993, ch. 3, art. 13(F).

23. (1) Les quotas de production ou de Quotas commercialisation éventuellement fixés par un plan de commercialisation pour une région du Canada doivent correspondre à la proportion que représente la production de cette région dans la

Idem

period of five years immediately preceding the effective date of the marketing plan.

(2) In allocating additional quotas for anticipated growth of market demand, an agency shall consider the principle of comparative advantage of production. 1970-71-72, c. 65, s. 24.

Employment of staff

24. An agency may employ such officers and employees as it considers necessary for the proper conduct of its activities. 1970-71-72, c. 65, s. 25.

Agency may make by-laws

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

production canadienne totale des cinq années précédant la mise en application du plan.

(2) L'office de commercialisation prend en compte les avantages comparatifs de production dans l'attribution de quotas additionnels destinés à répondre à la croissance prévue de la demande du marché. 1970-71-72, ch. 65, art. 24.

General

Dispositions générales

24. L'office peut employer le personnel qu'il estime nécessaire à l'exercice de ses activités. 1970-71-72, ch. 65, art. 25.

25. L'office peut, par règlement administratif:

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

	(h) generally for the conduct and management of the affairs of the agency. 1970-71-72, c. 65, s. 26.	
Not agent of Her Majesty	26. An agency is not an agent of Her Majesty, and the chairman and the other members of an agency and the officers and employees thereof are not part of the public service of Canada. 1970-71-72, c. 65, s. 27.	Qualité de mandataire de Sa Majesté
	<i>Financial</i>	
Conduct of financial operations	27. Subject to subsection 28(1), an agency shall conduct its operations on a self-sustaining financial basis without appropriations therefor by Parliament. 1970-71-72, c. 65, s. 28.	Autonomie financière
Payment by Minister of Finance	28. (1) The Minister of Finance may, out of the Consolidated Revenue Fund, on the requisition of the Minister, make grants to an agency not exceeding in the aggregate one hundred thousand dollars to enable the agency to meet initial operating and establishment expenses.	Subvention initiale
Limitation	(2) The aggregate amount of grants made under subsection (1) shall not exceed one million dollars. 1970-71-72, c. 65, s. 29.	Réserve
Audit	29. The accounts and financial transactions of each agency shall be audited annually by an auditor appointed by the Governor in Council and a report of each audit shall be made to the appropriate agency, the Council and the Minister. 1970-71-72, c. 65, s. 30.	Vérification
	<i>Annual Report</i>	
Report to Parliament	30. An agency shall, within three months after the end of each fiscal year, submit to the Council and the Minister a report in such form as the Minister may direct on its activities for that fiscal year and the Minister shall cause the report to be laid before Parliament within fifteen days after the receipt thereof, or, if Parliament is not then sitting, on any of the first fifteen days next thereafter that either House of Parliament is sitting. 1970-71-72, c. 65, s. 31.	Rapport au Parlement
	<i>Agreements</i>	
Federal-provincial agreements	31. With the approval of the Governor in Council, the Minister may, on behalf of the Government of Canada, enter into an agreement with any province providing for the performance by an agency on behalf of the province of functions relating to intraprovincial trade in a regulated product or products in relation to which the agency may exercise its powers and	Accords fédéro-provinciaux
	<i>Accords</i>	
	31. Avec l'approbation du gouverneur en conseil, le ministre peut, au nom du gouvernement fédéral, conclure avec une province un accord sur l'exercice par un office, pour le compte de la province, de fonctions relatives au commerce intraprovincial d'un ou de plusieurs produits réglementés pour lesquels cet office est compétent, ainsi que sur toutes questions s'y	

Competition Act
not to apply

for such other matters relating thereto as may be agreed on by the Minister and the government of the province. 1970-71-72, c. 65, s. 32.

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

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

Inspectors

33. The Minister, on the recommendation of an agency, may designate any qualified person as an inspector for the purposes of this Act. 1970-71-72, c. 65, s. 34.

Powers of
inspectors

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

Certificate to be
produced

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

Assistance to
inspectors

(3) The owner or person in charge of any place referred to in subsection (1) and every person found in that place shall give an inspector all reasonable assistance to enable the inspector to carry out his duties and functions under this Act and shall furnish the inspector

rapportant dont lui-même et le gouvernement provincial intéressé peuvent convenir. 1970-71-72, ch. 65, art. 32.

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

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

Non-applicauon
de la Loi sur la
concurrence*Inspectors*

33. Sur recommandation d'un office, le ministre peut désigner toute personne qualifiée pour remplir les fonctions d'inspecteur dans le cadre de la présente loi. 1970-71-72, ch. 65, art. 34.

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

Pouvoirs des
inspecteurs

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

Production du
certificat

(3) Le propriétaire ou le responsable du lieu visité, ainsi que toute personne qui s'y trouve, sont tenus de prêter à l'inspecteur toute l'assistance possible dans l'exercice de ses fonctions et de lui donner les renseignements

Assistance à
l'inspecteur

with such information with respect to any regulated product found in that place as he may reasonably require.

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

qu'il peut valablement exiger concernant un produit réglementé qu'il y a trouvé.

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

Obstruction of inspectors

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

False statements

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

1970-71-72, c. 65, s. 36.

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

(2) Lorsque l'inspecteur agit dans l'exercice de ses fonctions, il est interdit de lui faire sciemment, oralement ou par écrit, une déclaration fausse ou trompeuse. 1970-71-72, ch. 65, art. 36.

Entrave

Fausses déclarations

Licence fees, levies and charges

36. Where a marketing plan provides for licence fees or levies or charges payable by persons engaged in the production of a regulated product, or the marketing thereof, and any such licence fee, levy or charge remains unpaid after the time provided in the plan at which it was due and payable to an agency, the licence fee, levy or charge constitutes a debt payable to the agency and may be sued for and recovered as such by the agency in any court of competent jurisdiction. 1970-71-72, c. 65, s. 37.

Recovery of Debts Due an Agency

36. Les frais de licence, prélevements et taxes éventuellement payables à un office, aux termes d'un plan de commercialisation, par des personnes se livrant à la production ou à la commercialisation d'un produit réglementé et non acquittés à l'échéance fixée par le plan constituent des créances de l'office dont le recouvrement peut être poursuivi à ce titre devant tout tribunal compétent. 1970-71-72, ch. 65, art. 37.

Frais de licence, prélevements et taxes

Offences and Punishment

Contravention of Act, regulation, etc.

37. (1) Every person who

- (a) contravenes any provision of this Act or of a marketing plan that an agency is authorized to implement;
- (b) fails to comply with a requirement of the Council pursuant to paragraph 7(1)(h) or (i) that is applicable to him, or
- (c) contravenes any order or regulation made by an agency under paragraph 22(1)(f) or (g) that has been approved by the Council,

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

Offence by employee or agent

(2) In any prosecution for an offence under this section, it is sufficient proof of the offence to establish that it was committed by an employee or agent of the accused whether or not the employee or agent is identified or has been prosecuted for the offence, unless the accused establishes that the offence was committed without his knowledge or consent and that he

Infractions et peines

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

Contraventions

- a) contrevient à une disposition de la présente loi ou d'un plan de commercialisation qu'un office est habilité à mettre en œuvre;
- b) ne se conforme pas à l'une des exigences du Conseil prévues aux alinéas 7(1)h ou i) qui lui sont applicables;
- c) contrevient à une ordonnance ou un règlement pris par un office au titre des alinéas 22(1)f ou g) et ayant reçu l'approbation du Conseil.

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

Preuve de l'infraction

Limitation period

exercised all due diligence to prevent its commission.

ou sans son consentement et qu'il avait pris les mesures nécessaires pour l'empêcher.

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

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

Evidence as to geographical origin

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

(4) Dans la poursuite d'une infraction prévue au présent article : Preuve quant au lieu de provenance

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

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

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

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

R.S., 1985, c. F-4, s. 37; 1993, c. 3, s. 13(F).

L.R. (1985), ch. F-4, art. 37; 1993, ch. 3, art. 13(F).

Winding-up of Agencies

Dissolution des offices

Winding-up of an agency

38. The Governor in Council may order any agency established pursuant to this Act to wind up its affairs and may by proclamation dissolve any agency in respect of which such an order has been made, but an order or proclamation under this section becomes effective only on the expiration of ninety days after the date of publication thereof in the *Canada Gazette*. 1970-71-72, c. 65, s. 39.

38. Le gouverneur en conseil peut, par décret, ordonner à un office créé en application de la présente loi de liquider ses affaires et, par proclamation, dissoudre l'office visé par ce décret. Celui-ci ou la proclamation prennent effet quatre-vingt-dix jours après leur date de publication dans la *Gazette du Canada*. Modalité 1970-71-72, ch. 65, art. 39.

PART III

FARM PRODUCTS PROMOTION AND RESEARCH AGENCIES

Establishment

Establishment of agencies

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

PARTIE III

OFFICES DE PROMOTION ET DE RECHERCHE

Création

Création des offices

39. (1) Le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office de promotion et de recherche pour un ou plusieurs produits agricoles lorsqu'il est convaincu que la majorité de l'ensemble des producteurs ou, si le marché d'importation d'un ou de plusieurs produits agricoles est visé, la majorité de l'ensemble des producteurs et des importateurs de tous les produits agricoles en question au Canada ou

Appendix 1 - Impugned Provisions

CHAPTER 646

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT
Canadian Egg Marketing Agency
Proclamation

**CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
 PROCLAMATION**

Know You that We, by and with the advice of Our Privy Council of Canada do by this our Proclamation establish an Agency to be known as the Canadian Egg Marketing Agency consisting of twelve 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 farm product in relation to which the Canadian Egg Marketing Agency may exercise its powers is eggs from domestic hens, and such powers may be exercised in relation to eggs produced anywhere in Canada.

And Know You Further that We are pleased to specify that the manner of designation of the chairman and vice-chairman of the Canadian Egg 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.

And Know You Further that We are pleased to specify that this Proclamation and the Schedule hereto may be cited as the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation.

SCHEDULE

1. In this Schedule.
- "Act" means the *Farm Products Marketing Agencies Act*.
 "Agency" means the Canadian Egg Marketing Agency established by the proclamation of which this schedule is a part.
 "Commodity Board" means any of the following
- (a) Newfoundland Egg Marketing Board.
 - (b) Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board.
 - (c) Nova Scotia Egg and Pullet Producers' Marketing Board.
 - (d) New Brunswick Egg Marketing Board.
 - (e) Eggs for Consumption Producers' Federation, Quebec.
 - (f) The Ontario Egg Producers' Marketing Board.
 - (g) The Manitoba Egg Producers' Marketing Board.
 - (h) Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board.

CHAPITRE 646

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
 DES PRODUITS DE FERME**
**Proclamation visant l'Office canadien de
 commercialisation des œufs**

**PROCLAMATION VISANT L'OFFICE CANADIEN DE
 COMMERCIALISATION DES ŒUFS**

Sachez donc 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 œufs et sera composé de douze 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 le produit de ferme pour lequel l'Office canadien de commercialisation des œufs peut exercer ces pouvoirs comprend les œufs de poules domestiques, et que ces pouvoirs peuvent être exercés relativement aux œufs produits au Canada.

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 œufs, 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 celles qui sont fixées dans l'annexe ci-jointe.

Sachez de plus qu'il Nous plaît de préciser que la présente proclamation et l'annexe y afférante peuvent être citées sous le titre de *Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs*.

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 œufs établi par la proclamation dont la présente annexe fait partie;
- Office de commercialisation désigne l'un des organismes suivants:
- a) Newfoundland Egg Marketing Board,
 - b) Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board,
 - c) Nova Scotia Egg and Pullet Producers' Marketing Board,
 - d) New Brunswick Egg Marketing Board,
 - e) Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec,
 - f) The Ontario Egg Producers' Marketing Board,
 - g) The Manitoba Egg Producers' Marketing Board.

(i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board.
 (j) British Columbia Egg Marketing Board:
 "Plan" means the marketing plan the terms of which are set out in Part II of this schedule.

h) Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board.
 i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board.
 j) British Columbia Egg Marketing Board;
 «Plan» désigne le plan de commercialisation dont les modalités sont stipulées dans la partie II de la présente annexe.

PART I THE AGENCY

2. (1) The Governor in Council shall appoint the members of the Executive Committee of the Canadian Egg Producers Council to be the first members of the Agency and 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 for each province 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, subject to subsection (3), each person so appointed holds office for a term of two years.

(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), and of those members first appointed under subsection (2), those appointed by the Commodity Boards for the Provinces of Newfoundland, Nova Scotia, Quebec, Manitoba and Alberta shall hold office for a term of one year.

(4) The Governor in Council shall appoint two persons to be members of the Agency for a term of two years.

3. (1) The Governor in Council shall, after consultation with the members of the Agency appointed under subsection 2(2), designate one of the members appointed under subsection 2(4) to be the chairman of the Agency.

(2) The members of the Agency shall at each of their annual meetings elect from among themselves a vice-chairman of the Agency and the member so elected shall hold office until the next annual meeting.

4. The head office of the Agency shall be in the National Capital Region described in the schedule to the *National Capital Act*.

PART II

THE MARKETING PLAN

1. In this Part,

"Board" means any of the following:

- (a) The Agricultural Products Board (Newfoundland).
- (b) Prince Edward Island Marketing Board.

PARTIE I L'OFFICE

2. (1) Le gouverneur en conseil nomme les membres du Comité exécutif du Conseil canadien des producteurs d'œufs, qui seront les premiers membres de l'Office et 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 et, sous réserve du paragraphe (3), toute personne ainsi nommée exerce ses fonctions pendant deux ans.

(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) et, parmi les premiers membres nommés en vertu du paragraphe (2), ceux qui ont été nommés par les Offices de commercialisation des provinces de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse, de Québec, du Manitoba et de l'Alberta exercent leurs fonctions pendant un an.

(4) Le gouverneur en conseil nomme deux membres de l'Office pour deux ans.

3. (1) Le gouverneur en conseil doit, après consultation des membres de l'Office nommés en vertu du paragraphe 2(2), nommer le président de l'Office parmi les membres nommés en vertu du paragraphe 2(4).

(2) A chaque assemblée annuelle, les membres de l'Office élisent parmi eux un vice-président.

4. Le siège social de l'Office est situé dans la région de la Capitale nationale, telle qu'elle est décrite dans l'annexe de la *Loi sur la Capitale nationale*.

PARTIE II

PLAN DE COMMERCIALISATION

1. Dans la présente partie,

«commercialisation», en ce qui concerne les œufs, désigne la vente et la mise en vente, l'achat, la fixation des prix, l'assemblage, l'emballage, la transformation, le transport,

- (c) Nova Scotia Marketing Board.
- (d) Farm Products Marketing Commission (New Brunswick).
- (e) Quebec Agricultural Marketing Board.
- (f) The Farm Products Marketing Board (Ontario).
- (g) The Manitoba Marketing Board.
- (h) Natural Products Marketing Council of Saskatchewan.
- (i) Alberta Agricultural Products Marketing Council.
- (j) The British Columbia Marketing Board;

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

"quota" means the number of dozens of eggs that an egg producer is entitled to market in interprovincial 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 egg producers are assigned quotas by the Agency thus enabling the Agency to fix and determine the quantity, if any, in which eggs or any variety, class or grade thereof may be marketed in interprovincial or export trade by each egg producer and by all egg producers.

l'entreposage et la revente que ce soit en coquille ou sous forme transformée;

«contingent» désigne le nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur d'œufs 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'une période de temps déterminée;

«Régie» désigne l'un des organismes suivants:

- a) The Agricultural Products Board (Newfoundland),
- b) Prince Edward Island Marketing Board,
- c) Nova Scotia Marketing Board,
- d) Farm Products Marketing Commission (New Brunswick),
- e) La Régie des marchés agricoles du Québec,
- f) The Farm Products Marketing Board (Ontario),
- g) The Manitoba Marketing Board,
- h) Natural Products Marketing Council of Saskatchewan,
- i) Alberta Agricultural Products Marketing Council,
- j) The British Columbia Marketing Board;

«système de contingentement» désigne un système en vertu duquel l'Office assigne les contingents aux producteurs d'œufs, permettant à l'Office de fixer et de déterminer, s'il y a lieu, les quantités d'œufs 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 d'œufs.

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 egg producers in each province to whom quotas are assigned by the appropriate Board or Commodity Board.

(2) The Agency, in establishing a quota system, shall assign quotas in such manner that the number of dozens of eggs 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 dozens of eggs 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 dozens of eggs 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 dozens of eggs 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 dozens of eggs set out in this section for a province is the number of dozens set out in Column II of an item of the following table in respect of the province set out in Column I of that item, such number of dozens representing the percentage set out in Column III of that item.

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 d'œufs de chaque province auxquels des contingents sont fixés par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent.

(2) L'Office doit, en instituant le système de contingentement, fixer les contingents de telle sorte que le nombre de douzaines d'œufs 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 douzaines d'œufs 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 compétent ainsi que le nombre de douzaines d'œufs 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 compétent égaliseront le nombre de douzaines d'œufs fixé à l'article 3 du présent Plan pour la province.

3. Aux fins du paragraphe 2(2) du présent Plan, le nombre de douzaines d'œufs indiqué dans cet article pour une province est le nombre de douzaines 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, ce nombre de douzaines représentant le pourcentage indiqué à cet article dans la colonne III.

TABLE

Colonne I	Colonne II	Colonne III
1. British Columbia	\$7,250,000*	12,055 pour cent
2. Alberta	41,344,000	8,704
3. Saskatchewan	22,611,000	4,760
4. Manitoba	54,189,000	11,408
5. Ontario	181,267,000	38,161
6. Quebec	78,647,000	16,556
7. New Brunswick	1,643,000	1,828
8. Nova Scotia	19,504,000	4,106
9. Prince Edward Island	3,028,000	0,637
10. Newfoundland	8,477,000	1,785

TABLEAU

Colonne I	Colonne II	Colonne III
1. Colombie-Britannique	\$7,250,000	12,055 pour cent
2. Alberta	41,344,000	8,704
3. Saskatchewan	22,611,000	4,760
4. Manitoba	54,189,000	11,408
5. Ontario	181,267,000	38,161
6. Quebec	78,647,000	16,556
7. Nouveau-Brunswick	8,683,000	1,828
8. Nouvelle-Ecosse	19,504,000	4,106
9. Ile-du-Prince-Édouard	3,028,000	0,637
10. Terre-Neuve	8,477,000	1,785

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

- (a) the number of dozens of eggs 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 dozens of eggs 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 dozens of eggs 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 eggs;
- (e) any failures by egg producers in any province or provinces to market the number of dozens of eggs authorized to be marketed;
- (f) the feasibility of increased production in each province to be marketed; and
- (g) comparative transportation costs to market areas from alternative sources of production.

(2) No order or regulation shall be made where the effect thereof would be to decrease the aggregate of

- (a) the number of dozens of eggs produced in the Province of New Brunswick, Prince Edward Island or Newfoundland 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 dozens of eggs produced in the Province of New Brunswick, Prince Edward Island or Newfoundland 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.

(3) No order or regulation shall be made where the effect thereof would be to decrease the aggregate of

- (a) the number of dozens of eggs produced in a province and authorized by quotas assigned by the Agency and by the

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

- a) du nombre de douzaines d'œufs produits dans une province et que l'Office et la Régie ou l'Office de commercialisation compétent autorise, par contingents fixés, de vendre dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation, et
- b) du nombre de douzaines d'œufs produits 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 compétent.

à un chiffre dépassant, sur une base annuelle, le nombre de douzaines d'œufs 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 œufs;
- e) toute incapacité des producteurs d'œufs d'une ou de plusieurs provinces de vendre le nombre de douzaines d'œufs qu'ils sont autorisés à vendre;
- f) la possibilité d'accroître la production dans chaque province en vue de la commercialisation; et
- g) l'état comparatif des frais de transport vers les marchés à partir de différents points de production.

(2) Il est interdit d'établir un règlement ou de rendre une ordonnance qui aurait pour effet d'abaisser le total formé

- a) du nombre de douzaines d'œufs produit au Nouveau-Brunswick, à l'Ile-du-Prince-Édouard ou à Terre-Neuve conformément aux contingents fixés par l'Office et par l'Office de commercialisation ou la Régie compétents destinés à la commercialisation sur les marchés intraprovincial, interprovincial et d'exportation; et
- b) du nombre de douzaines d'œufs produit au Nouveau-Brunswick, à l'Ile-du-Prince-Édouard ou à Terre-Neuve dont la commercialisation est prévue sur les marchés intraprovincial, interprovincial et d'exportation, à l'exclusion des contingents fixés par l'Office et par l'Office de commercialisation ou la Régie compétents.

(3) Aucune ordonnance ne doit être rendue ni aucun règlement établi lorsqu'ils auraient pour effet d'abaisser le total

- a) du nombre de douzaines d'œufs produits dans une province et que l'Office et la Régie ou l'Office de commercialisation

appropriate Board or Commodity Board to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade, and

(b) the number of dozens of eggs 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, on a yearly basis, is less than the number of dozens of eggs set out in section 3 of this Plan for the province unless at the same time the number of dozens of eggs produced in each of the provinces, other than the Provinces of New Brunswick, Prince Edward Island and Newfoundland, and so authorized to be marketed in intraprovincial, interprovincial and export trade is decreased proportionately.

(4) No order or regulation shall be made pursuant to subsection (1) or (3) unless the Agency is satisfied that the size of the market for eggs has changed significantly.

5. (1) The Agency may require each egg producer to whom a quota is assigned, as a condition of the assignment thereof, to make available to the Agency or its agent all eggs 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 eggs and its expenses related to such marketing.

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

6. The Agency may market eggs 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 eggs before any payment is made to the producers.

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

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.

Licensing

9. (1) The Agency shall, by order or regulation, establish a system for the licensing of persons who are engaged in the marketing of eggs in interprovincial or export trade and such

sation compétent autorise, par contingents fixés, de vendre dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation, et

b) du nombre de douzaines d'œufs produits 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 compétent,

à un chiffre qui, sur une base annuelle est inférieur au nombre de douzaines d'œufs indiqué à l'article 3 du présent Plan, pour la province, à moins que par le même effet, le nombre de douzaines d'œufs produits dans chacune des autres provinces et qu'il est autorisé de vendre dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation ne soit diminué proportionnellement.

(4) Aucune ordonnance ne doit être rendue ni aucun règlement établi en vertu des paragraphes (1) ou (3), à moins que l'Office n'ait la certitude que l'importance du marché des œufs a sensiblement changé.

5. (1) L'Office peut exiger de tout producteur d'œufs 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 œufs 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 œufs, et les frais relatifs à cette opération de vente.

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

6. L'Office peut vendre les œufs 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 œufs, avant d'effectuer un paiement aux producteurs.

7. L'Office peut, avec l'assentiment d'un 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 œuvre d'un système de contingentement.

8. Lorsque l'Office rend des ordonnances et établit des règlements visant l'établissement et la mise en œuvre d'un système de contingentement, il doit tenir compte des ordonnances et règlements équivalents émanant de la Régie ou de l'Office de commercialisation compétent 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.

Permis

9. (1) L'Office doit, par ordonnance ou règlement, établir un système d'octroi de permis aux personnes qui s'occupent de la commercialisation des œufs dans le marché interprovincial

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, by order or regulation, impose levies or charges on persons engaged in the production of eggs 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, shall allow for the creation of reserves, the payment of expenses and losses resulting from the sale or disposal of eggs, equalization or adjustment payments among egg producers based on moneys realized from the sale of eggs 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).

Pricing

11. The Agency shall exercise its powers in such a manner as to preclude any person from marketing eggs in a province other than the province in which the eggs are produced at a price that is less than the aggregate of

(a) the price charged at or about the same time for eggs of an equivalent variety, class or grade in the province or other geographical area in which the eggs are produced, and

(b) any reasonable transportation charges therefor to the place where such eggs are marketed and that are incurred by the person marketing the eggs.

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 in relation to

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, par ordonnance ou par règlement, imposer des redevances ou frais aux personnes qui s'occupent de la production ou de la commercialisation des œufs, 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 doit 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 œufs, des paiements de péréquation ou de redressement aux producteurs d'œufs selon les sommes réalisées par la vente des œufs 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).

Prix

11. L'Office doit exercer ses pouvoirs de manière à empêcher toute personne de vendre des œufs dans une province autre que la province où les œufs sont produits, à un prix qui est inférieur à la somme,

a) du prix demandé à ou vers la même époque pour les œufs de type, classe, ou catégorie équivalente dans la province ou dans toute autre région géographique où les œufs sont produits; et

b) du montant des frais de transport raisonnables desdits œufs jusqu'au lieu de vente de ces œufs, subis par la personne qui vend les œufs.

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 des comptes rendus, procès-verbaux et

any matter that is of concern to the particular Board or Commodity Board;

(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.

décisions de l'Office se rapportant à un domaine intéressant la Régie ou l'Office de commercialisation concerné;

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 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.

QUEEN'S PRINTER FOR CANADA © IMPRIMEUR DE LA REINE POUR LE CANADA
OTTAWA, 1978

Registration
SOR/86-8 17 December, 1985

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Agency Quota
Regulations**

Whereas the Governor in Council has by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

Whereas the proposed Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations annexed hereto are of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed Regulations is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed Regulations on the 13th day of December, 1985.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and subsection 2(1) of Part II of the Schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby makes the annexed Regulations respecting the determination of the number of dozens of eggs that an egg producer may market in interprovincial and export trade.

Ottawa, December 13, 1985

**REGULATIONS RESPECTING THE
DETERMINATION OF THE NUMBER OF DOZENS OF
EGGS THAT AN EGG PRODUCER MAY MARKET IN
INTERPROVINCIAL AND EXPORT TRADE**

Short Title

1. These Regulations may be cited as the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations*.

* S.C. 1970-71-72, c. 65

Enregistrement
DORS/86-8 17 décembre 1985

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
DES PRODUITS DE FERME**

**Règlement de l'Office canadien de
commercialisation des œufs sur le contingentement**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, le gouverneur général en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que ledit office est habilité à exécuter un plan de commercialisation, conformément à ladite proclamation;

Attendu que le projet du Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement, ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., c. 648, et a été soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que le projet de règlement est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que ledit office est autorisé à exécuter, a approuvé le projet de règlement le 13 décembre 1985:

À ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et du paragraphe 2(1) de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs prend le Règlement concernant la fixation du nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur peut commercialiser dans le commerce interprovincial et le commerce d'exportation, ci-après.

Ottawa, le 13 décembre 1985

**REGLEMENT CONCERNANT LA FIXATION DU
NOMBRE DE DOUZAINES D'ŒUFFS QU'UN
PRODUCTEUR PEUT COMMERCIALISER DANS LE
COMMERCE INTERPROVINCIAL ET LE COMMERCE
D'EXPORTATION**

Titre abrégé

1. Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement.

* S.C. 1970-71-72, c. 65

Interpretation

2. In these Regulations:
- "Act" means the *Farm Products Marketing Agencies Act*; (*Loi*)
 - "Agency" means the Canadian Egg Marketing Agency; (*Office*)
 - "Commodity Board" means, in respect of the Province of
 - (a) Ontario, the Ontario Egg Producers' Marketing Board.
 - (b) Quebec, la Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec.
 - (c) Nova Scotia, the Nova Scotia Egg and Pullet Producers Marketing Board.
 - (d) New Brunswick, the New Brunswick Egg Marketing Board.
 - (e) British Columbia, the British Columbia Egg Marketing Board.
 - (f) Prince Edward Island, the Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board.
 - (g) Manitoba, the Manitoba Egg Producers' Marketing Board.
 - (h) Saskatchewan, the Saskatchewan Egg Producers' Marketing Board.
 - (i) Alberta, the Alberta Egg and Fowl Marketing Board, and
 - (j) Newfoundland, the Newfoundland Egg Marketing Board; (*Office de commercialisation*)
 - "egg" means the egg of a domestic hen; (*œuf*)
 - "federal quota" means the number of dozens of eggs that a producer is entitled, under these Regulations, to market in interprovincial and export trade through normal marketing channels during a specified period of time; (*contingent fédéral*)
 - "hen" means a hen belonging to the species *gallus domesticus*; (*poule*)
 - "marketing", in relation to eggs, means selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting, storing and reselling, whether in whole or in processed form; (*commercialisation*)
 - "producer" means any person engaged in the production of eggs; (*producteur*)
 - "provincial quota" means the number of dozens of eggs that a producer is entitled, under orders, regulations or policy directives made by the Commodity Board of a province, to market in intraprovincial trade under a system of either production or marketing controls during a specified period of time. (*contingent provincial*)

Application

3. (1) Subject to subsection (2), these Regulations apply to the marketing of eggs in interprovincial and export trade.

Définitions

2. Les définitions qui suivent s'appliquent au présent règlement.
- commercialisation.** En ce qui concerne les œufs, s'entend des opérations suivantes: vente, mise en vente, achat, fixation des prix, assemblage, emballage, transformation, transport, entreposage et revente d'œufs en coquille ou sous une forme transformée. (*marketing*)
 - contingent fédéral.** Nombre de douzaine d'œufs qu'un producteur est autorisé, aux termes du présent règlement, à commercialiser dans le commerce interprovincial et le commerce d'exportation par les voies normales de commercialisation pendant une période déterminée. (*federal quota*)
 - contingent provincial.** Nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur est autorisé, par ordonnance, règlement ou directive de l'Office de commercialisation d'une province, à commercialiser dans le commerce intraprovincial pendant une période déterminée, dans le cadre d'un programme de réglementation de la production de la commercialisation des œufs. (*provincial quota*)
 - Loi.** La Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme. (*Act*)
 - œuf.** Oeuf d'une poule domestique. (*egg*)
 - Office.** L'Office canadien de commercialisation des œufs. (*Agency*)
 - Office de commercialisation.**
 - a) L'Ontario Egg Producers' Marketing Board, en Ontario;
 - b) la Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec, au Québec;
 - c) le Nova Scotia Egg and Pullet Producers' Marketing Board, en Nouvelle-Écosse;
 - d) le New Brunswick Egg Marketing Board, au Nouveau-Brunswick;
 - e) le British Columbia Egg Marketing Board, en Colombie-Britannique;
 - f) le Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board, à l'Île-du-Prince-Édouard;
 - g) le Manitoba Egg Producers' Marketing Board, au Manitoba;
 - h) le Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board, en Saskatchewan;
 - i) l'Alberta Egg and Fowl Marketing Board, en Alberta;
 - j) le Newfoundland Egg Marketing Board, à Terre-Neuve.
 - poule.** Poule de l'espèce *Gallus Domesticus*. (*hen*)
 - producteur.** Personne qui se livre à la production d'œufs. (*producer*)

Application

3. (1) Sous réserve du paragraphe (2), le présent règlement s'applique à la commercialisation des œufs dans le commerce interprovincial et le commerce d'exportation.

(2) These Regulations do not apply to eggs that are placed in an incubator for hatching.

Federal Quota Prohibitions

4. (1) No producer shall market eggs in interprovincial or export trade

- (a) unless a federal quota has been allotted to the producer, on behalf of the Agency, by the Commodity Board of the province in which the producer's egg production facilities are located;
- (b) in excess of the federal quota referred to in paragraph (a); and
- (c) contrary to any subsisting rule of the Commodity Board referred to in paragraph (a) that the Commodity Board has been authorized by the Agency, pursuant to subsection 23(3) of the Act, to apply in performing on behalf of the Agency the function of allotting and administering federal quotas.

(2) Subsection (1) does not apply to eggs marketed under quota exemptions referred to in subsection 7(2).

Entitlement to a Federal Quota

5. (1) Subject to subsection (2), a producer is not entitled to be allotted a federal quota unless, immediately before the coming into force of these Regulations,

- (a) the producer had a provincial quota that was allotted to him by the Commodity Board of the province in which the producer's egg production facilities are located; and
- (b) the producer was entitled to a federal quota pursuant to the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations*, C.R.C., c. 656.

(2) After the coming into force of these Regulations, a producer is entitled to be allotted a federal quota if, pursuant to the rules of the Commodity Board of the province in which the producer's egg production facilities are located, the producer is allotted a provincial quota.

Relationship of Federal Quota to Provincial Quota

6. Subject to these Regulations, the quantity of eggs that a producer is authorized to market from a province under a federal quota for a specified period shall equal the provincial quota allotted to the producer for that period by the Commodity Board of the province minus the quantity of eggs marketed by the producer in intraprovincial trade in that province in that period.

Limits

7. (1) Federal quotas shall be allotted to producers in each province in such manner that the aggregate number of dozens of eggs produced in the province and

- (a) authorized to be marketed by producers under federal quotas allotted on behalf of the Agency by the Commodity Board of the province.

(2) Le présent règlement ne s'applique pas aux œufs placés en incubateur à ces fins d'érosion.

Interdiction

4. (1) Il est interdit à tout producteur de commercialiser des œufs dans le commerce interprovincial ou le commerce d'exportation, à moins:

- a) qu'un contingent fédéral ne lui ait été attribué, au nom de l'Office, par l'Office de commercialisation de la province dans laquelle sont situées ses installations de production d'œufs;
- b) que le nombre d'œufs commercialisés ne soit en deçà du contingent fédéral mentionné à l'alinéa a);
- c) que le producteur ne se conforme aux règles de l'Office de commercialisation mentionnée à l'alinéa a). L'application de ces règles est autorisée en vertu du paragraphe 23(3) de la Loi, dans l'exercice, au nom de l'Office, de la fonction d'attribuer et d'administrer les contingents fédéraux.

(2) Le paragraphe (1) ne s'applique pas aux œufs commercialisés en vertu d'une exemption de contingent mentionnée au paragraphe 7(2).

Admissibilité au contingent fédéral

5. (1) Sous réserve du paragraphe (2), le producteur n'est admissible à un contingent fédéral que si, immédiatement avant la date d'entrée en vigueur du présent règlement,

- a) il détenait un contingent provincial qui lui avait été attribué par l'Office de commercialisation provincial de la province où ses installations de production d'œufs sont situées;
- b) il était admissible à un contingent fédéral conformément au *Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement*, C.R.C., c. 656.

(2) Après l'entrée en vigueur du présent règlement, le producteur est admissible à un contingent fédéral si un contingent provincial lui est attribué en vertu des règles appliquées par l'Office de commercialisation de la province où sont situées ses installations de production d'œufs.

Rapport entre le contingent fédéral et le contingent provincial

6. Sous réserve du présent règlement, le nombre d'œufs en provenance d'une province qu'un producteur est autorisé à commercialiser en vertu d'un contingent fédéral pour une période déterminée correspond au contingent provincial attribué au producteur pour cette période par l'Office de commercialisation de la province, moins le nombre d'œufs qu'il commercialise au cours de la même période dans le commerce intraprovincial.

Limites

7. (1) Les contingents fédéraux sont attribués aux producteurs de chaque province de façon que le nombre total de douzaines d'œufs produit dans la province et

- a) qui est autorisé à être commercialisé par les producteurs en vertu des contingents fédéraux attribués au nom de l'Office par l'Office de commercialisation de la province.

(b) authorized to be marketed by producers in intraprovincial trade under provincial quotas allotted by the Commodity Board of the province, and

(c) anticipated to be marketed by producers under quota exemptions granted by the Commodity Board of the province.

during any twelve month period for which the Schedule is effective will not exceed the number of dozens of eggs set out in respect of that province in the Schedule.

(2) For the purposes of paragraph (1)(c), eggs marketed under quota exemptions include

(a) eggs marketed by a producer whose flock of hens is below the flock size specified by the Commodity Board of the province as the flock size below which the eggs produced therefrom may be marketed under a quota exemption;

(b) hatching eggs authorized by the Commodity Board of the province to be marketed for human consumption; and

(c) eggs marketed by any organization that is granted an exemption by the Commodity Board of the province.

b) qui est autorisé à être commercialisé par les producteurs dans le commerce intraprovincial, en vertu des contingents provinciaux attribués par l'Office de commercialisation de la province.

c) dont on prévoit la commercialisation par les producteurs, selon les exemptions de contingent accordées par l'Office de commercialisation de la province,

au cours de la période de 12 mois à laquelle s'applique l'annexe, n'excède pas le nombre de douzaines d'œufs précisé à l'annexe pour cette province.

(2) Pour l'application de l'alinéa (1)c), les œufs commercialisés selon les exemptions de contingent comprennent:

a) les œufs commercialisés par un producteur dont le troupeau de poules compte un nombre de poules inférieur à celui fixé par l'Office de commercialisation de la province comme étant le nombre en deçà duquel les œufs peuvent être commercialisés selon une exemption de contingent;

b) les œufs d'incubation dont la commercialisation à des fins de consommation humaine est autorisée par l'Office de commercialisation de la province;

c) les œufs commercialisés par un organisme à qui l'Office de commercialisation de la province a accordé une exemption de contingent.

Revocation

8. The *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations*, C.R.C., c. 656, are revoked.

Coming into Force

9. These Regulations shall come into force on the 1st day of April, 1986.

SCHEDULE

(Subsection 7(1))

(Effective for the twelve month period commencing April 1st, 1986)

Province	Number of Dozens of Eggs
Ontario	173 768 257
Quebec	75 393 055
Nova Scotia	18 697 113
New Brunswick	9 385 760
British Columbia	54 882 696
Prince Edward Island	3 272 894
Manitoba	51 947 249
Saskatchewan	21 675 578
Alberta	39 633 700
Newfoundland	9 163 230

Abrogation

8. Le Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement, C.R.C., c. 656, est abrogé.

Entrée en vigueur

9. Le présent règlement entre en vigueur le 1^{er} jour d'avril 1986.

ANNEXE

(paragraphe 7(1))

(S'applique à la période de 12 mois commençant le 1^{er} avril 1986)

Province	Nombre de douzaines d'œufs
Ontario	173 768 257
Québec	75 393 055
Nouvelle-Écosse	18 697 113
Nouveau-Brunswick	9 385 760
Colombie-Britannique	54 882 696
Île-du-Prince-Édouard	3 272 894
Manitoba	51 947 249
Saskatchewan	21 675 578
Alberta	39 633 700
Terre-Neuve	9 163 230

8/1/86 *Canada Gazette Part II, Vol. 120, No. 1**Gazette du Canada Partie II, Vol. 120* SOR/DORS-8**EXPLANATORY NOTE***(This note is intended only for information purposes.)*

These Regulations provide for the determination of the number of dozens of eggs that a producer may market in inter-provincial and export trade.

NOTE EXPLICATIVE*(La présente note ne fait pas partie du règlement.)*

Le règlement vise à fixer le nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur peut commercialiser dans le commerce inter-provincial et le commerce d'exportation.

Registration
SOR/86-411 27 March, 1986

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Agency Quota
Regulations, 1986**
(Former Short Title: Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations)

Whereas the Governor in Council has by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, made by the Canadian Egg Marketing Agency on December 13, 1985 and registered as SOR/86-8, set out in the schedule hereto is a regulation of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648 and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on 12th March 1986.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and section 2 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby revokes the Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, C.R.C., c. 650 and amends the Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, made by the Canadian Egg Marketing Agency on December 13, 1985 and registered as SOR/86-8, in accordance with the schedule hereto, effective June 1, 1986.

Enregistrement
DORS/86-411 27 mars 1986

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
DES PRODUITS DE FERME**

**Règlement de 1986 de l'Office canadien de
commercialisation des œufs sur le
contingentement—Modification**
(Ancien titre abrégé: Règlement de l'Office
canadien de commercialisation des œufs sur le
contingentement)

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office canadien de commercialisation des œufs est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à ladite proclamation;

Attendu que la modification proposée au Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement pris par l'Office canadien de commercialisation des œufs le 13 décembre 1985 et enregistré comme DORS/86-8, conforme à l'annexe ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Et attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation que l'Office canadien de commercialisation des œufs est autorisé à approuver, a approuvé ladite modification le 12 mars 1986;

À ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et de l'article 2 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs, à compter du 1^{er} juin 1986, abroge le Règlement de l'Office canadien des œufs sur le contingentement et modifie, conformément à l'annexe ci-après, le Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement, pris par l'Office canadien de commercialisation des œufs le 13 décembre 1985 et enregistré comme DORS/86-8.

Ottawa, Ontario, March 27, 1986

Ottawa (Ontario), le 27 mars 1986

*S.C. 1970-71-72, c. 65

*S.C. 1970-71-72, ch. 65

SCHEDULE

1. Section 1 of the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations*, made by the Canadian Egg Marketing Agency on December 13, 1985 and registered as SOR/86-8, is revoked and the following substituted therefor:

"1. These Regulations may be cited as the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, 1986.*"

2. (1) Paragraph (h) of the definition "Commodity Board" in section 2 of the English version of the said Regulations is revoked and the following substituted therefor:

"(h) Saskatchewan, the Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board."

(2) The definitions "federal quota" and "provincial quota" in section 2 of the said Regulations are revoked and the following substituted therefor in alphabetical order within the section:

""federal quota" means the number of dozens of eggs that a producer is entitled, under these Regulations, to market in interprovincial and export trade through normal marketing channels during the period set out in the schedule; (*contingent fédéral*)

""provincial quota" means the number of dozens of eggs that a producer is entitled, under orders, regulations or policy directives made by the Commodity Board of a province, to market in intraprovincial trade during the period set out in the schedule. (*contingent provincial*)"

3. Section 6 of the said Regulations is revoked and the following substituted therefor:

"6. Subject to these Regulations, the quantity of eggs that a producer is authorized to market from a province under a federal quota for the period set out in the schedule shall equal the provincial quota allotted to the producer for that period by the Commodity Board of the province minus the quantity of eggs marketed by the producer in intraprovincial trade in that province during that period."

4. All that portion of subsection 7(1) of the said Regulations following paragraph (c) thereof is revoked and the following substituted therefor:

"During the period set out in the schedule will not exceed the number of dozens of eggs set out in respect of that province in the schedule."

5. Sections 8 and 9 of the said Regulations are revoked.

6. The schedule to the said Regulations is revoked and the following substituted therefor:

ANNEXE

1. L'article 1 du *Règlement de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement*, pris par l'Office canadien de commercialisation des œufs le 13 décembre 1985 et enregistré comme DORS/86-8, est abrogé et remplacé par ce qui suit:

"1. Règlement de 1986 de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement."

2. (1) L'alinéa h) à la définition de «Commodity Board» à l'article 2 de la version anglaise du même règlement est abrogé et remplacé par ce qui suit:

"(h) Saskatchewan, the Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board."

(2) Les définitions de «contingent fédéral» et «contingent provincial», à l'article 2 du même règlement, sont abrogées et remplacées par ce qui suit:

"«contingent fédéral» Nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur est autorisé, aux termes du présent règlement, à commercialiser dans le commerce interprovincial et le commerce d'exportation par les voies normales de commercialisation pendant une période mentionnée à l'annexe. (*federal quota*)

"«contingent provincial» Nombre de douzaines d'œufs qu'un producteur est autorisé, par ordonnance, règlement ou directive de l'Office de commercialisation d'une province, à commercialiser dans le commerce intraprovincial pendant une période mentionnée à l'annexe. (*provincial quota*)

3. L'article 6 du même règlement est abrogé et remplacé par ce qui suit:

"6. Sous réserve du présent règlement, le nombre d'œufs en provenance d'une province qu'un producteur est autorisé à commercialiser en vertu d'un contingent fédéral pour une période mentionnée à l'annexe correspond au contingent attribué au producteur pour cette période par l'Office de commercialisation de la province, moins le nombre d'œufs qu'il commercialise au cours de la même période dans le commerce intraprovincial."

4. Le passage du paragraphe 7(1) du même règlement qui suit l'alinéa c) est abrogé et remplacé par ce qui suit:

"au cours de la période mentionnée à l'annexe n'excède pas le nombre de douzaines d'œufs précisé à l'annexe pour cette province."

5. Les articles 8 et 9 du même règlement sont abrogés.

6. L'annexe du même règlement est abrogée et remplacée par ce qui suit:

Registration
SOR/83-843 28 October, 1983

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

Canadian Egg Marketing Levies Order

Whereas the Governor General in Council has by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646 established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the annexed Canadian Egg Marketing Levies Order is an Order of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648 and has been submitted to the National Farm Products Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed Order is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed Order on the 30th day of September, 1983.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646 hereof makes the annexed Order providing for the fixing and imposing of egg levies and their collection, effective November 6th, 1983.

Ottawa, Ontario, October 27, 1983

ORDER PROVIDING FOR THE FIXING AND IMPOSING OF EGG LEVIES AND THEIR COLLECTION

Short Title

1. This Order may be cited as the *Canadian Egg Marketing Levies Order*.

Enregistrement
DORS/83-843 28 octobre 1983

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE FERME

Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, le Gouverneur général en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que ledit office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à ladite Proclamation;

Attendu que le projet de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada, ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., c. 648, et a été soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que l'ordonnance proposée est nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation que ledit office est autorisé à appliquer, a approuvé le projet de l'ordonnance le 30 septembre 1983.

À ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs prend, à compter du 6 novembre 1983, l'Ordonnance prévoyant la fixation, l'imposition et la perception des redevances sur les œufs, ci-après.

Ottawa (Ontario), le 27 octobre 1983

ORDONNANCE PRÉVOYANT LA FIXATION, L'IMPOSITION ET LA PERCEPTION DES REDEVANCES

Titre abrégé

1. *Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada.*

Interpretation

2. In this Order.
- "Agency" means the Canadian Egg Marketing Agency; (*Office*)
- "Commodity Board" means any of the following:
- (a) Newfoundland Egg Marketing Board.
 - (b) Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board.
 - (c) Nova Scotia Egg and Pullet Producers' Marketing Board.
 - (d) New Brunswick Egg Marketing Board.
 - (e) Federation of Producers of Eggs for Consumption of Quebec.
 - (f) The Ontario Egg Producers' Marketing Board.
 - (g) The Manitoba Egg Producers' Marketing Board.
 - (h) Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board.
 - (i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board.
 - (j) British Columbia Egg Marketing Board;
- (*Office de commercialisation*)
- "egg" means the egg of a hen; (*œuf*)
- "hen" means a hen of any class of the domestic chicken belonging to the species *Gallus Domesticus*; (*poulet*)
- "Plan" means the marketing plan the terms of which are set out in Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation; (*plan*)
- "grading station operator" means any person who washes, grades, packs or markets eggs and includes a Commodity Board, when applicable, and a producer-vendor; (*responsable d'un poste de classement*)
- "producer" means any person engaged in the production of eggs in Canada and includes a producer-vendor; (*producteur*)
- "producer-vendor" means a producer who is a grading station operator in respect of all or any portion of eggs produced by him; (*producteur-vendeur*)

Définitions

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

- œuf: Oeuf d'une poule. (egg)
- Office: L'Office canadien de commercialisation des œufs. (Agency)
- Office de commercialisation: L'un des organismes suivants:

 - a) Newfoundland Egg Marketing Board.
 - b) Prince Edward Island Egg Commodity Marketing Board.
 - c) Nova Scotia Egg and Pullet Producers' Marketing Board.
 - d) New Brunswick Egg Marketing Board.
 - e) Federation of Producers of Eggs for Consumption of Quebec.
 - f) The Ontario Egg Producers' Marketing Board.
 - g) The Manitoba Egg Producers' Marketing Board.
 - h) Saskatchewan Commercial Egg Producers' Marketing Board.
 - i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board.
 - j) British Columbia Egg Marketing Board.

(Commodity Board)

- plan: Le plan de commercialisation visé à la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs. (Plan)
- poule: Toute volaille d'une catégorie de poule domestique de l'espèce *Gallus Domesticus*. (hen)
- producteur: Personne s'adonnant à la production d'œufs au Canada, y compris un producteur-vendeur. (producer)
- producteur-vendeur: Producteur responsable d'un poste de classement pour la totalité ou une partie des œufs qu'il produit. (producer-vendor)
- responsable d'un poste de classement: Personne qui lave, classe, emballé ou commercialise des œufs, y compris, s'il y a lieu, un Office de commercialisation et un producteur-vendeur. (grading station operator)

Lévies

3. A levy is hereby imposed on each producer of 7.3 cents per dozen of eggs marketed by him minus the number of dozen of eggs, if any, marketed by him in intraprovincial trade.

4. Where eggs are sold or otherwise disposed of by a producer to a grading station operator, the grading station operator shall deduct the amount of the levy imposed by section 3 in respect of those eggs from the moneys payable by him to the producer for the eggs.

Redevance

3. Est imposée au producteur une redevance de 7.3 centimes pour chaque douzaine d'œufs qu'il met en marché, déduction faite du nombre de douzaines d'œufs, s'il en est, qu'il met en marché dans le commerce intraprovincial.

4. Lorsque les œufs sont vendus ou autrement aliénés par le producteur au responsable d'un poste de classement, ce dernier doit retenir sur la somme payable par lui au producteur pour ces œufs, le montant de la redevance visée à l'article 3.

Collection

5. The Commodity Board for each province having concurred, the Agency, pursuant to subsection 10(4) of the Plan, hereby appoints each such Commodity Board to collect on behalf of the Agency the levy imposed by section 3.

Perception

5. Avant obtenu l'assentiment de chacun des offices de commercialisation, l'Office, en vertu du paragraphe 10(4) du plan, donne à chacun de ces offices le mandat de percevoir pour son compte les redevances prévues à l'article 3.

6. (1) A levy imposed by section 3 shall be remitted
 (a) in the circumstances referred to in section 4, by the
 grading station operator, and
 (b) in any other circumstances, by the producer
 to the Commodity Board in the province in which the producer
 on whom the levy is imposed is engaged in the production of
 eggs at such address and at such times as that Commodity
 Board may direct.

(2) The Commodity Board for each province shall send to
 the Agency all the levies remitted to it pursuant to subsection
 (1) during a week at the end of that week.

Expiration

7. This Order shall cease to have effect on December 31,
 1984.

EXPLANATORY NOTE

*(This note is not part of the Order, but is intended only for
 information purposes.)*

This Order imposes a levy of 7.3 cents per dozen on producers engaged in the marketing of eggs in interprovincial or export trade and requires grading station operators to collect such levies.

6. (1) La redevance visée à l'article 3 est payée
 a) dans les circonstances visées à l'article 4, par le responsa-
 ble d'un poste de classement, et
 b) dans les autres cas, par le producteur.

à l'Office de commercialisation de la province où le producteur
 à qui la redevance est imposée se livre à la production d'œufs,
 à l'adresse et à la date fixés par ledit office.

(2) L'Office de commercialisation envoie à l'Office, à la fin
 de chaque semaine, le total des redevances payées conformé-
 ment au paragraphe (1) dans le courant de la semaine.

Cessation d'effet

7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 31 décembre
 1984.

NOTE EXPLICATIVE

*(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance et n'est
 publiée qu'à titre d'information.)*

L'ordonnance impose une redevance de 7.3 cents pour
 chaque douzaine d'œufs mis en marché par un producteur sur
 le marché interprovincial et dans le commerce d'exportation et
 oblige le responsable d'un poste de classement de retenir cette
 redevance sur les sommes payables au producteur.

2. Section 7 of the said Order is revoked and the following substituted therefor:

"7. This Order shall cease to have effect on June 30, 1985."

3. Section 1 shall come into force on December 30, 1984.

2. L'article 7 de ladite ordonnance est abrogé et remplacé par ce qui suit:

«7. La présente ordonnance expire le 30 juin 1985.»

3. L'article 1 entre en vigueur le 30 décembre 1984.

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order, but is intended only for information purposes.)

This amendment increases the levy by 0.7 cents per dozen of eggs, effective December 30, 1984 and extends the expiry date of the Order to June 30, 1985.

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance et n'est publiée qu'à titre d'information.)

La modification augmente de 0.7 cents, à compter du 30 décembre 1984, le taux de la redevance payable pour chaque douzaine d'œufs et reporte la date d'expiration de l'ordonnance au 30 juin 1985.

Registration
SOR/86-6 17 December, 1985

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order,
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act¹;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order², set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on the 20th day of November, 1985.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act³ and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby amends the Canadian Egg Marketing Levies Order², in accordance with the schedule hereto.

Ottawa, December 11, 1985

SCHEDULE

1. Section 7⁴ of the *Canadian Egg Marketing Levies Order* is revoked and the following substituted therefor:

"2. This Order shall cease to have effect on March 31, 1986."

¹ S.C. 1970-71-72, c. 65

² SOR/83-843, 1983 Canada Gazette Part II, p. 4053
³ SOR/85-390, 1985 Canada Gazette Part II, p. 2953

Enregistrement
DORS/86-6 17 décembre 1985

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
DES PRODUITS DE FERME**

**Ordonnance sur les redevances à payer pour la
commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme⁵, le gouverneur général en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que ledit office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à ladite proclamation;

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada⁶, conforme à l'annexe ci-après, est une ordonnance à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., c. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Et attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation que ledit office est autorisé à appliquer, a approuvé ladite modification le 20 novembre 1985;

À ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme⁷ et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., c. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-avant, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada⁸.

Ottawa, le 11 décembre 1985

ANNEXE

1. L'article 7⁹ de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplace par ce qui suit:

"7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 31 mars 1986."

⁵ S.C. 1970-71-72, c. 65

⁶ DORS/83-843, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 4053
⁷ DORS/85-390, Gazette du Canada Partie II, 1985, p. 2953

EXPLANATORY NOTE*(This note is not part of the Order.)*

This amendment extends the expiry date of the Order to
March 31, 1986.

NOTE EXPLICATIVE*(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)*

La modification reporte la date d'expiration de l'ordonnance
au 31 mars 1986.

**Registration
SOR/86-410 27 March, 1986**

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order.
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order**, set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648 and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on the 12th day of March, 1986;

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and section III of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby amends the Canadian Egg Marketing Levies Order**, in accordance with the schedule hereto;

Ottawa, Ontario, March 27, 1986

SCHEDULE

1. Section 3 of the Canadian Egg Marketing Levies Order is revoked and the following substituted therefor:

* S.C. 1970-71-72, c. F-7.
** SOR/83-441, 1983 Canada Gazette Part II, p. 4051
SOR/85-22, 1985 Canada Gazette Part II, p. 137.

**Enregistrement
DORS/86-410 27 mars 1986**

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE FERME

Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada — Modification

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation de œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que ledit office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à ladite proclamation;

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**, conforme à l'annexe, ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 23(1)a) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation que ledit office est autorisé à appliquer, a approuvé ladite modification le 12 mars 1986;

A ces causes, en vertu de l'alinea 23(1)a) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**.

Ottawa (Ontario), le 27 mars 1986

ANNEXE

L'article 3 de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplace par ce qui suit:

* S.C. 1970-71-72, ch. F-7.
** DORS/83-441, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 4051
SOR/85-22, Gazette du Canada Partie II, 1985, p. 137.

- "3. A levy is hereby imposed on each producer of \$0.07 per dozen of eggs marketed by him minus the number of dozen of eggs, if any, marketed by him in intraprovincial trade."
2. Section 7^e of the said Order is revoked and the following substituted therefor:
- "7. This Order shall cease to have effect on December 27, 1986."
3. Section 1 shall come into force on March 30, 1986.

- "3. Chaque producteur doit payer, pour chaque douzaine d'œufs qu'il met en marché, une redevance de 0.07 \$. déduction faite du nombre de douzaines d'œufs s'il en est ou il met en marché dans le commerce intraprovincial."
2. L'article 7^e de la même ordonnance est abrogé et remplacé par ce qui suit:
- "7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 27 décembre 1986."
3. L'article 1 entre en vigueur le 30 mars 1986.

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment decreases the levy by one cent per dozen of eggs, effective March 30, 1986 and extends the expiry date of the Order to December 27, 1986.

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification abaisse d'un cent, à compter du 30 mars 1986, le taux de la redevance payable pour chaque douzaine d'œufs et reporte la date d'expiration de l'ordonnance au 27 décembre 1986.

Registration
SOR/86-1031 20 October 1986

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

Canadian Egg Marketing Levies Order.
amendment

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order**, set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on the 30th day of September, 1986.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereov amends the Canadian Egg Marketing Levies Order**, in accordance with the schedule hereto.

Ottawa, Ontario, October 16, 1986

SCHEDULE

1. Section 7¹ of the Canadian Egg Marketing Levies Order is revoked and the following substituted therefor:

"² This Order shall cease to have effect on December 26, 1987."

* S.C. 1970-71-72, c. 65

** SOR/83-843, Canada Gazette Part II, p. 4053

SOR/86-410, Canada Gazette Part II, p. 1706

Enregistrement
DORS/86-1031 20 octobre 1986

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE FERME

Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada—
Modification

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que ledit office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à ladite proclamation;

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**, conforme à l'annexe ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de ladite loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de ladite loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à la mise en œuvre du plan de commercialisation que ledit office est autorisé à appliquer, a approuvé ladite modification le 30 septembre 1986;

À ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**.

Ottawa (Ontario), le 16 octobre 1986

ANNEXE

1. L'article 7¹ de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplace par ce qui suit:

2. La présente ordonnance cesse à avoir effet le 26 décembre 1987.

¹ S.C. 1970-71-72, ch. 65

² DORS/83-843, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 4053

³ DORS/86-410, Gazette du Canada Partie II, 1986, p. 1706

29/10/86 Canada Gazette Part II, Vol. 120, No. 22 Gazette du Canada Partie II, Vol. 120, N° 22 SOR/DORS/86-1031

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment extends the expiry date of the Order to December 26, 1987.

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification reporte la date d'expiration de l'ordonnance au 26 décembre 1987.

Registration
SOR/87-728 11 December, 1987

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order,
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 7(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act^{*};

Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order^{**}, set out in the schedule hereto, is an order or a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied, pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act, that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on November 4th, 1987;

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act^{*} and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereto amends the Canadian Egg Marketing Levies Order^{**}, in accordance with the schedule hereto, effective December 27, 1987.

Ottawa, Ontario, December 10, 1987

SCHEDULE

Section 3 of the Canadian Egg Marketing Levies Order^{**} is revoked and the following substituted thereto:

^{*}SC 1970-71-72, c. 65
^{**}DORS/83-643 Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 40.
DORS/88-410 Gazette du Canada Partie II, 1988, p. 176.

Enregistrement
DORS/87-728 11 décembre 1987

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE TERRE

**Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de terre*, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office a le pouvoir d'exécuter un plan de commercialisation conformément à cette proclamation.

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**, conforme à l'annexe ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de cette loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de terre, conformément à l'alinéa 23(1)f) de cette loi.

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de cette loi, le Conseil national de commercialisation des produits de terre, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que l'Office est autorisé à exécuter, a approuvé cette modification le 4 novembre 1987.

A ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de terre* et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après et à compter du 27 décembre 1987, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**.

Ottawa (Ontario), le 10 décembre 1987

ANNEXE

L'Article 3 de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplace par ce qui suit:

* SC 1970-71-72, c. 65

** DORS/83-643 Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 40.

DORS/88-410 Gazette du Canada Partie II, 1988, p. 176.

"3. A levy is hereby imposed on each producer of \$0.075 per dozen of eggs marketed by the producer minus the number of eggs, if any, marketed by that producer in intraprovincial trade."

2. Section 7^e of the said Order is revoked and the following substituted therefor:

"7. This Order shall cease to have effect on December 31, 1988."

"3. Tout producteur doit payer une redevance de 0,075 \$ pour chaque douzaine d'œufs qu'il commercialise, déduction faite du nombre de douzaines d'œufs qu'il commercialise dans le commerce intraprovincial."

2. L'article 7^e de la même ordonnance est abrogé et remplacé par ce qui suit :

"7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 31 décembre 1988.

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment increases the levy by \$0.005 per dozen of eggs, effective December 27, 1987, and extends the expiry date of the Order to December 31, 1988.

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification vise à augmenter de 0,005 \$. à compter du 27 décembre 1987, la redevance à payer pour la commercialisation des œufs et à reporter la date d'expiration de l'ordonnance au 31 décembre 1988.

Registration
SOR/88-413 29 July, 1988

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order.
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act*;

Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order**, set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas, pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act, the National Farm Products Marketing Council is satisfied that the making of the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on July 6[†] 1988.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act* and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby amends the Canadian Egg Marketing Levies Order, made on October 27, 1983***, in accordance with the schedule hereto, effective August 1, 1988.

Ottawa, Ontario, July 28, 1988

SCHEDULE

1 Section 3[†] of the Canadian Egg Marketing Levies Order is revoked and the following substituted therefor:

* S.C. 1970-71-72, c. 65

** SOR/83-843, 1983 Canada Gazette Part II, p. 4013

*** SOR/87-223, 1987 Canada Gazette Part II, p. 4718

Enregistrement
DORS/88-413 29 juillet 1988

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
DES PRODUITS DE FERME**

**Ordonnance sur les redevances à payer pour la
commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office a le pouvoir d'exécuter un plan de commercialisation, conformément à cette proclamation;

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada**, conforme à l'annexe ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de cette loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 23(1)f) de cette loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de cette loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que l'Office est autorisé à exécuter, a approuvé cette modification le 6 juillet 1988.

A ces causes, en vertu de l'alinéa 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après et à compter du 1^{er} août 1988, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada, prise le 27 octobre 1983**.

Ottawa (Ontario), le 28 juillet 1988

ANNEXE

1. L'article 3[†] de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplacé par ce qui suit.

* S.C. 1970-71-72, ch. 65

** DORS/83-843, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 4013

† DORS/87-223, Gazette du Canada Partie II, 1987, p. 4718

"3. A levy is hereby imposed on each producer of \$0.085 per dozen of eggs marketed by the producer minus the number of eggs, if any, marketed by that producer in intraprovincial trade."

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment increases the levy on producers of eggs by one cent per dozen of eggs marketed in interprovincial or export trade, effective August 1, 1988.

«3. Tout producteur doit payer une redevance de 0,085 \$ pour chaque douzaine d'œufs qu'il commercialise, déduction faite du nombre de douzaines d'œufs qu'il commercialise dans le commerce intraprovincial.»

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification vise à augmenter de 0,01 \$ par douzaine, à compter du 1^{er} août 1988, la redevance à payer par les producteurs qui commercialisent les œufs dans le commerce interprovincial ou d'exportation.

Registration
SOR/89-6 13 December, 1988

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT**Canadian Egg Marketing Levies Order,
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 17(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act^a;

Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency proclamation;

Whereas the proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order^b, set out in the schedule hereto, is an order or a class to which paragraph 7(1)(d) of the said Act applies by reason of section 2 of the Agencies Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 23(1)(f) of the said Act;

And Whereas, pursuant to paragraph 7(1)(d) of the said Act, the National Farm Products Marketing Council is satisfied that the proposed amendment is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed amendment on November 30, 1988.

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 23(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act^c and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646 hereto amends the Canadian Egg Marketing Levies Order, made on October 27, 1983^d, in accordance with the schedule hereto, effective January 1, 1989.

Ottawa, Ontario, December 7, 1988

SCHEDULE

^a Section 3 of the Canadian Egg Marketing Levies Order is revoked and the following substituted therefor:

^b) A levy is hereby imposed on each producer of \$0.10 per dozen of eggs marketed by the producer minus the number of eggs, if any, marketed by that producer in intraprovincial trade.^e

^a S.C. 1970-71-72, c. B-7.
^b SOR/83-843, *Gazette du Canada* Part II, 1983, p. 405.
^c SOR/84-443, *Gazette du Canada* Part II, 1984, p. 1.

Enregistrement
DORS/89-6 13 décembre 1988

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE TERRE**Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 17(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme^f, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, établi l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office a le pouvoir d'exécuter un plan de commercialisation, conformément à cette proclamation;

Attendu que la modification proposée à l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada^g, conforme à l'annexe ci-après, est d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinea 7(1)d) de cette loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumise au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinea 23(1)f) de cette loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinea 7(1)d) de cette loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que la modification proposée est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que l'Office est autorisé à exécuter, a approuvé cette modification le 30 novembre 1988.

A ces causes, en vertu de l'alinea 23(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme^h et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après et à compter du 1^{er} janvier 1989, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada, prise le 27 octobre 1983ⁱ.

Ottawa (Ontario), le 7 décembre 1988

ANNEXE

1. L'article 3 de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplace par ce qui suit:

«3. Tout producteur doit payer une redevance de 0.10 \$ pour chaque douzaine d'œufs qu'il commercialise, déduction faite du nombre de douzaines d'œufs qu'il commercialise dans le commerce intraprovincial.»

^f S.C. 1970-71-72, ch. B-7.

^g DORS/83-843, *Gazette du Canada* Part II, 1983, p. 405.
DORS/84-443, *Gazette du Canada* Part II, 1984, p. 357.

2. Section 7^a of the said Order is revoked and the following substituted therefor:

"7. This Order shall cease to have effect on December 31, 1989."

2. L'article 7^a de la même ordonnance est abrogé et remplacé par ce qui suit :
- «7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 31 décembre 1989.»

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment increases by 50.015 per dozen of eggs the levy on producers engaged in the marketing of eggs in inter-provincial or export trade, effective January 1, 1989 and extends the expiry date of the Order to December 31, 1989.

NOTE EXPLICATIVE

(Cette note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification vise à augmenter de 0.015 \$ par douzaine, à compter du 1^{er} janvier 1989, la redevance à payer par les producteurs qui commercialisent les œufs dans le commerce inter-provincial ou d'exportation et à reporter au 31 décembre 1989 la date d'expiration de l'ordonnance.

Registration
SOR/89-122 23 February, 1989

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order.
amendment**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 16(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act;

And Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

And Whereas the proposed Order amending the Canadian Egg Marketing Levies Order*, set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of that Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 22(1)(f) of that Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied, pursuant to paragraph 7(1)(d) of that Act, that the making of the proposed Order is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed Order on February 21, 1989;

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 22(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereby amends the Canadian Egg Marketing Levies Order, made on October 27, 1983*, in accordance with the schedule hereto, effective March 5, 1989.

Ottawa, Ontario, February 23, 1989

SCHEDULE

1. Section 3^e of the *Canadian Egg Marketing Levies Order* is revoked and the following substituted therefor:

"3) A levy is hereby imposed on each producer of \$0.14 per dozen of eggs marketed by the producer, minus the number of eggs, if any, marketed by that producer in intraprovincial trade."

*SOR/83-643, Gazette du Canada Partie II, p. 404.
SOR/89-122, Gazette du Canada Partie II, p. 16.

Enregistrement
DORS/89-122 23 février 1989

LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE TERRE

**Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Attendu qu'en vertu du paragraphe 16(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, créé l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à cette proclamation;

Attendu que le projet d'ordonnance modifiant l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada*, conforme à l'annexe ci-après, relève d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de cette loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 22(1)f) de cette loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de cette loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que le projet d'ordonnance est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que l'Office est habilité à mettre en œuvre, a approuvé ce projet d'ordonnance le 21 février 1989.

A ces causes, en vertu de l'alinéa 22(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après et à compter du 5 mars 1989, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada, prise le 27 octobre 1983.*

Ottawa (Ontario), le 22 février 1989

ANNEXE

1. L'article 3^e de l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada est abrogé et remplacé par ce qui suit:

"3) Tout producteur doit payer une redevance de 0.14 \$ pour chaque douzaine d'œufs qu'il commercialise, déduction faite du nombre de douzaines d'œufs qu'il commercialise dans le cadre du commerce intraprovincial."

* DORS/83-643, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 404.

† DORS/89-122, Gazette du Canada Partie II, 1989, p. 16.

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment increases by four cents per dozen of eggs the levy on producers engaged in the marketing of eggs in interprovincial or export trade, effective March 5, 1989.

NOTE EXPLICATIVE

La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification vise à augmenter de 0,04 \$ par douzaine, à compter du 5 mars 1989, la redevance à payer par les producteurs qui commercialisent les œufs sur les marchés interprovincial ou international.

Registration
SOR/90-27 19 December, 1989

FARM PRODUCTS MARKETING AGENCIES ACT

**Canadian Egg Marketing Levies Order.
amendment**

Enregistrement
DORS/90-27 19 décembre 1989

**LOI SUR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION
DES PRODUITS DE FERME**

**Ordonnance sur les redevances à payer pour la
commercialisation des œufs au Canada—
Modification**

Whereas the Governor in Council has, by the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, established the Canadian Egg Marketing Agency pursuant to subsection 16(1) of the Farm Products Marketing Agencies Act;

Whereas the Canadian Egg Marketing Agency has been empowered to implement a marketing plan pursuant to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation;

Whereas the proposed order amending the Canadian Egg Marketing Levies Order*, set out in the schedule hereto, is an order of a class to which paragraph 7(1)(d) of that Act applies by reason of section 2 of the Agencies' Orders and Regulations Approval Order, C.R.C., c. 648, and has been submitted to the National Farm Products Marketing Council pursuant to paragraph 22(1)(f) of that Act;

And Whereas the National Farm Products Marketing Council is satisfied, pursuant to paragraph 7(1)(d) of that Act, that the making of the proposed order is necessary for the implementation of the marketing plan that the Canadian Egg Marketing Agency is authorized to implement and has approved the proposed order on November 17, 1989;

Therefore, the Canadian Egg Marketing Agency, pursuant to paragraph 22(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act and section 10 of Part II of the schedule to the Canadian Egg Marketing Agency Proclamation, C.R.C., c. 646, hereov amends the Canadian Egg Marketing Levies Order, made on October 27, 1983*, in accordance with the schedule hereto.

Ottawa, Ontario, December 13, 1989

Attendu qu'en vertu du paragraphe 16(1) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, le gouverneur en conseil a, par la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, créé l'Office canadien de commercialisation des œufs;

Attendu que l'Office est habilité à mettre en œuvre un plan de commercialisation, conformément à cette proclamation;

Attendu que le projet d'ordonnance modifiant l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada*, conforme à l'annexe ci-après, relève d'une catégorie à laquelle s'applique l'alinéa 7(1)d) de cette loi, conformément à l'article 2 de l'Ordonnance sur l'approbation des ordonnances et règlements des offices, C.R.C., ch. 648, et a été soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme, conformément à l'alinéa 22(1)f) de cette loi;

Attendu qu'en vertu de l'alinéa 7(1)d) de cette loi, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, étant convaincu que le projet d'ordonnance est nécessaire à l'exécution du plan de commercialisation que l'Office est habilité à mettre en œuvre, a approuvé ce projet d'ordonnance le 17 novembre 1989.

À ces causes, en vertu de l'alinéa 22(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et de l'article 10 de la partie II de l'annexe de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs, C.R.C., ch. 646, l'Office canadien de commercialisation des œufs modifie, conformément à l'annexe ci-après, l'Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada, prise le 27 octobre 1983*.

Ottawa (Ontario), le 13 décembre 1989

SCHEDULE

1. Section 7¹ of the *Canadian Egg Marketing Levies Order* is revoked and the following substituted thereto:

"7. This Order shall cease to have effect on December 29, 1990."

* SOR/83-843, 1983 Canada Gazette Part II, p. 4051
SOR/89-6, 1989 Canada Gazette Part II, p. 16

ANNEXE

1. L'article 7¹ de l'*Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada* est abrogé et remplace par ce qui suit:

"7. La présente ordonnance cesse d'avoir effet le 29 décembre 1990."

¹ DORS/83-843, Gazette du Canada Partie II, 1983, p. 4053
² DORS/89-6, Gazette du Canada Partie II, 1989, p. 16

EXPLANATORY NOTE

(This note is not part of the Order.)

This amendment extends the expiry date of the order to December 29, 1990.

NOTE EXPLICATIVE

(La présente note ne fait pas partie de l'ordonnance.)

La modification vise à reporter au 29 décembre 1990 la date d'expiration de l'ordonnance.