



CANADA

CONSOLIDATION

CODIFICATION

Canadian Egg Marketing Agency Proclamation

Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs

C.R.C., c. 646

C.R.C., ch. 646

Current to September 29, 2014

À jour au 29 septembre 2014

Published by the Minister of Justice at the following address:
<http://laws-lois.justice.gc.ca>

Publié par le ministre de la Justice à l'adresse suivante :
<http://lois-laws.justice.gc.ca>

OFFICIAL STATUS
OF CONSOLIDATIONS

CARACTÈRE OFFICIEL
DES CODIFICATIONS

Subsections 31(1) and (3) of the *Legislation Revision and Consolidation Act*, in force on June 1, 2009, provide as follows:

Les paragraphes 31(1) et (3) de la *Loi sur la révision et la codification des textes législatifs*, en vigueur le 1^{er} juin 2009, prévoient ce qui suit :

Published
consolidation is
evidence

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

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

Codifications
comme élément
de preuve

...

[...]

Inconsistencies
in regulations

(3) In the event of an inconsistency between a consolidated regulation published by the Minister under this Act and the original regulation or a subsequent amendment as registered by the Clerk of the Privy Council under the *Statutory Instruments Act*, the original regulation or amendment prevails to the extent of the inconsistency.

(3) Les dispositions du règlement d'origine avec ses modifications subséquentes enregistrées par le greffier du Conseil privé en vertu de la *Loi sur les textes réglementaires* l'emportent sur les dispositions incompatibles du règlement codifié publié par le ministre en vertu de la présente loi.

Incompatibilité
— règlements

NOTE

This consolidation is current to September 29, 2014. Any amendments that were not in force as of September 29, 2014 are set out at the end of this document under the heading “Amendments Not in Force”.

NOTE

Cette codification est à jour au 29 septembre 2014. Toutes modifications qui n'étaient pas en vigueur au 29 septembre 2014 sont énoncées à la fin de ce document sous le titre « Modifications non en vigueur ».

TABLE OF PROVISIONS

Section	Page
Canadian Egg Marketing Agency Proclamation	
SCHEDULE	5

TABLE ANALYTIQUE

Article	Page
Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs	
ANNEXE	5

CHAPTER 646

FARM PRODUCTS AGENCIES ACT

Canadian Egg Marketing Agency Proclamation

Know You that We, by and with the advice of Our Privy Council for Canada, do by this Our Proclamation establish an agency to be known as the Canadian Egg Marketing Agency, consisting of fifteen members appointed in the manner and for the terms set out 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*.

SOR/96-140, s. 1; SOR/99-186, s. 1.

CHAPITRE 646

LOI SUR LES OFFICES DES PRODUITS AGRICOLES

Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs

Sachez que, sur et avec l'avis de Notre Conseil privé pour le Canada, Nous créons, en vertu de Notre présente proclamation, un office qui sera appelé Office canadien de commercialisation des œufs et sera composé de quinze 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 afférente peuvent être citées sous le titre de *Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation des œufs*.

DORS/96-140, art. 1; DORS/99-186, art. 1.

SCHEDULE

1. In this Schedule,

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

“Agency” means the Canadian Egg Marketing Agency established by the proclamation of which this schedule is a part; (*Office*)

“Canadian Hatchery Federation” means the Canadian Hatchery Federation, a body corporate established in Canada by letters patent dated August 5, 1987; (*Fédération canadienne des couvoirs*)

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

“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) Ontario Egg Producers,
- (g) Manitoba Egg Producers,
- (h) Saskatchewan Egg Producers,
- (i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board,
- (j) British Columbia Egg Producers, and
- (k) Northwest Territories Egg Producers; (*Office de commercialisation*)

“Consumers Association of Canada” means the Consumers Association of Canada, a body corporate established in Canada by letters patent dated May 1, 1962; (*Association des consommateurs du Canada*)

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

PART I

THE AGENCY

2. (1) The Commodity Board for a province may, at any time, appoint a person who is a resident of that province to be a member of the Agency to hold office until the end of the Agency’s annual meeting next following the appointment.

(2) The Canadian Hatchery Federation may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of the hatching of chicks for egg production, to be a member of the Agency to hold office until the end of the Agency’s second annual meeting next following the appointment.

(3) The Canadian Poultry and Egg Processors Council may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experi-

ANNEXE

1. Dans la présente annexe,

«Association des consommateurs du Canada» Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 1^{er} mai 1962. (*Consumers Association of Canada*)

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

«Fédération canadienne des couvoirs» Personne morale constituée au Canada par lettres patentes en date du 5 août 1987. (*Canadian Hatchery Federation*)

«Loi» désigne la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme*; (*Act*)

«Office» désigne l’Office canadien de commercialisation des œufs établi par la proclamation dont la présente annexe fait partie; (*Agency*)

«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) Ontario Egg Producers,
- g) Les producteurs d’œufs du Manitoba,
- h) Saskatchewan Egg Producers,
- i) Alberta Egg and Fowl Marketing Board,
- j) British Columbia Egg Producers,
- k) Les producteurs d’œufs des Territoires du Nord-Ouest; (*Commodity Board*)

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

PARTIE I

L’OFFICE

2. (1) L’Office de commercialisation d’une province peut nommer un résident de cette province à titre de membre de l’Office pour un mandat se terminant à la fin de l’assemblée annuelle de l’Office qui suit sa nomination.

(2) La Fédération canadienne des couvoirs peut nommer un résident du Canada qui possède de l’expérience dans l’industrie ou le commerce des couvoirs produisant des poulets destinés à la ponte d’œufs de consommation, à titre de membre de l’Office pour un mandat se terminant à la fin de la deuxième assemblée annuelle de l’Office qui suit sa nomination.

(3) Le Conseil canadien des transformateurs d’œufs et de volailles peut nommer deux résidents du Canada qui possèdent de l’expérience

enced in the business or trade of the grading of table eggs, and may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada and who is experienced in the business or trade of the processing of table eggs, to be members of the Agency, and each person so appointed shall hold office until the end of the Agency's second annual meeting next following the appointments.

(4) The Consumers Association of Canada may, at any time, appoint a person who is a resident of Canada to be a member of the Agency to hold office until the end of the Agency's second annual meeting next following the appointment.

(5) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (5) may, at any time, appoint a person with the same qualifications for membership as are required for a member to be appointed by the Board or organization, to be a temporary substitute member to act in the place of each member appointed by it when that member is absent, is unable to act or is elected Chairperson of the Agency, to hold office as a temporary substitute member until the member in whose place the temporary substitute member is appointed to act, ceases to be a member.

(6) A Commodity Board or an organization referred to in subsections (2) to (5) may, at any time, revoke the membership of a member or temporary substitute member appointed by it.

3. The members of the Agency shall, at each of their annual meetings, elect from among themselves a chairperson and a vice-chairperson, and the persons so elected shall hold office until the end of the Agency's annual meeting next following the appointments.

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,
- (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,
- (k) Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council; (*Régie*)

“marketing”, in relation to eggs, means selling and offering for sale and buying, pricing, assembling, packing, processing, transporting,

dans l'industrie ou le commerce du classement d'œufs de consommation, à titre de membres de l'Office pour un mandat se terminant à la fin de la deuxième assemblée annuelle de l'Office qui suit leur nomination.

(4) L'Association des consommateurs du Canada peut nommer un résident du Canada à titre de membre de l'Office pour un mandat se terminant à la fin de la deuxième assemblée annuelle de l'Office qui suit sa nomination.

(5) Tout Office de commercialisation ou tout organisme mentionné aux paragraphes (2) à (5) peut nommer à titre de membre suppléant une personne possédant les compétences nécessaires pour être membre de cet Office ou organisme, pour remplacer un membre nommé par lui qui est absent ou incapable de remplir ses fonctions ou a été nommé président de l'Office; le membre suppléant exerce ses fonctions jusqu'à l'expiration du mandat du membre qu'il remplace.

(6) Tout Office de commercialisation ou organisme mentionné aux paragraphes (2) à (5) peut annuler la nomination d'un membre ou d'un membre suppléant.

3. Les membres de l'Office doivent choisir parmi eux, à chaque assemblée annuelle de l'Office, un président et un vice-président pour un mandat se terminant à la fin de l'assemblée annuelle qui suit leur nomination.

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, l'entreposage et la revente que ce soit en coquille ou sous forme transformée; (*marketing*)

«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; (*quota*)

«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,

storing and reselling, whether in whole or in processed form; (*commercialisation*)

“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; (*contingent*)

“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. (*système de contingentement*)

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.

TABLE

Column I	Column II	Column III
1. British Columbia	57,250,000	12.055 per cent
2. Alberta	41,344,000	8.704 per cent
3. Saskatchewan	22,611,000	4.760 per cent
4. Manitoba	54,189,000	11.408 per cent
5. Ontario	181,267,000	38.161 per cent
6. Quebec	78,647,000	16.556 per cent
7. New Brunswick	8,683,000	1.828 per cent
8. Nova Scotia	19,504,000	4.106 per cent
9. Prince Edward Island	3,028,000	0.637 per cent
10. Newfoundland	8,477,000	1.785 per cent

h) Natural Products Marketing Council of Saskatchewan,

i) Alberta Agricultural Products Marketing Council,

j) The British Columbia Marketing Board,

k) Conseil de commercialisation des produits agricoles des Territoires du Nord-Ouest; (*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*)

SYSTÈME DE CONTINGEMENT

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 égaleront 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.

TABEAU

Colonne I	Colonne II	Colonne III
1. Colombie-Britannique	57 250 000	12 055 pour cent
2. Alberta	41 344 000	8 704 pour cent
3. Saskatchewan	22 611 000	4 760 pour cent
4. Manitoba	54 189 000	11 408 pour cent
5. Ontario	181 267 000	38 161 pour cent
6. Québec	78 647 000	16 556 pour cent
7. Nouveau-Brunswick	8 683 000	1 828 pour cent
8. Nouvelle-Écosse	19 504 000	4 106 pour cent
9. Île-du-Prince-Édouard	3 028 000	0 637 pour cent
10. Terre-Neuve	8 477 000	1 785 pour cent

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 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

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'Île-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'Île-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 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

intraprovincial, interprovincial and export trade is decreased proportionately.

(4) Subsection 4(3) does not apply to the Northwest Territories.

(5) Pursuant to section 23 of the Act, the Agency has determined that the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed in interprovincial and export trade in a twelve month period, when taken together with the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed in intraprovincial trade in the same twelve month period, pursuant to quotas assigned by the appropriate Board or Commodity Board, and the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed under quota exemptions in the same twelve month period, will equal 2,725,500 dozens of eggs, except for the period commencing on the day this subsection comes into force and terminating on December 31, 1999, when the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed, either by quotas or by quota exemptions, shall be the product of the number of days in this period multiplied by 7,467.

(6) No order or regulation shall be made where its effect would be to increase the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed in a twelve month period to more than 2,725,500 dozens of eggs, unless the Agency has taken into account the criteria set out in paragraphs (1)(c) to (g).

(7) No order or regulation shall be made where its effect would be to decrease the number of dozens of eggs produced in the Northwest Territories and authorized to be marketed in a twelve month period to less than 2,725,500 dozens of eggs, unless the unanimous consent of the members of the Agency has been obtained.

(8) No order or regulation shall be made pursuant to subsection (1), (3) or (6) 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

vendre dans le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation ne soit diminué proportionnellement.

(4) Le paragraphe 4(3) ne s'applique pas aux Territoires du Nord-Ouest.

(5) L'Office a déterminé, en application de l'article 23 de la Loi, que le nombre total représentant les douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser sur le marché interprovincial et le marché d'exportation au cours d'une période de douze mois, les douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser sur le marché intraprovincial au cours de la même période dans les limites des contingents fixés par la Régie ou l'Office de commercialisation compétent et les douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser en dehors des contingents durant la même période est égal à 2 725 500 douzaines d'œufs, sauf pour la période commençant à la date d'entrée en vigueur du présent paragraphe et se terminant le 31 décembre 1999 où le nombre représentant les douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser, dans les limites des contingents ou en dehors de ceux-ci, est égal au produit du nombre de jours que comporte cette période par 7 467.

(6) Ne peut être pris le règlement ou l'ordonnance qui aurait pour effet de porter le nombre total de douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser au cours d'une période de douze mois à plus de 2 725 500 douzaines d'œufs, à moins que l'Office n'ait pris en considération les critères énoncés aux alinéas 4(1)c) à 4(1)g).

(7) Ne peut être pris le règlement ou l'ordonnance qui aurait pour effet de ramener le nombre total de douzaines d'œufs produits dans les Territoires du Nord-Ouest qu'il est permis de commercialiser au cours d'une période de douze mois à moins de 2 725 500 douzaines d'œufs, sauf avec le consentement unanime des membres de l'Office.

(8) Les règlements et ordonnances visés aux paragraphes (1), (3) et (6) ne peuvent être pris que si l'Office est convaincu 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 toutes ordon-

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 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

nance 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 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) 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 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.

SOR/81-713, s. 1; SOR/96-140, ss. 2, 3; SOR/99-186, ss. 2 to 4.

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 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.

DORS/81-713, art. 1; DORS/96-140, art. 2 et 3; DORS/99-186, art. 2 à 4.