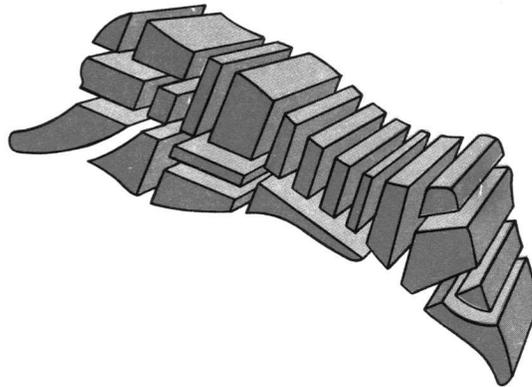




LIBR-01050



**COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ
DU BOEUF ET DU VEAU**

**MARGES BÉNÉFICIAIRES DES
COMPAGNIES S'OCCUPANT DE LA MISE
EN MARCHÉ DU BOEUF**

Compte rendu de recherche n° 7
par
Woods, Gordon & Cie
Conseillers en gestion

Traduction

Ottawa
Février 1976

ACXV
c.1

PROPERTY OF - PROPRIÉTÉ DU
PRIVY COUNCIL OFFICE
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ
LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ
DU BOEUF ET DU VEAU

**MARGES BÉNÉFICIAIRES DES
COMPAGNIES S'OCCUPANT DE LA MISE
EN MARCHÉ DU BOEUF**

Compte rendu de recherche n° 7
par
Woods, Gordon & Cie
Conseillers en gestion

Traduction

Ottawa
Février 1976

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1976

En vente par la poste:

Imprimerie et Édition
Approvisionnements et Services Canada
Ottawa, Canada K1A 0S9

ou chez votre libraire.

N° de catalogue CP32-22/1976-7F Prix: Canada: \$1.25
ISBN 0-660-00797-5 Autres pays: \$1.50

Prix sujet à changement sans avis préalable.

R E M A R Q U E

Le présent compte rendu de recherche a été rédigé à la demande de la Commission d'enquête sur la mise en marché du boeuf et du veau afin d'aider celle-ci à remplir son mandat. Les données d'analyse et les conclusions contenues dans ce rapport n'engagent que la responsabilité des auteurs et ne peuvent pas représenter la pensée de la Commission.

Ce compte rendu a été publié afin que l'on n'ait plus à se reporter aux données fournies à titre confidentiel par les différentes compagnies. La substance et les conclusions du rapport ont été reproduites telles qu'elles nous ont été communiquées.

MOT DE LA DIRECTION

Le projet avait pour but de déterminer les recettes par rapport aux coûts et aux bénéfices nets d'un échantillon représentatif de compagnies choisies par la Commission à chaque échelon du système de mise en marché du boeuf.

On nous avait demandé d'obtenir des données sur la situation financière d'environ 40 compagnies qui s'occupent du conditionnement et de la mise en marché du boeuf. Le montant total des ventes de toutes les compagnies sélectionnées dans l'échantillon pour l'année 1974-1975 est d'environ \$1.66 milliard. Même si de nombreuses compagnies n'ont pas fait l'objet de l'enquête, nous croyons que l'échantillon choisi par la Commission est suffisamment représentatif et que les données que nous avons accumulées reflètent assez bien la situation financière de l'industrie en général.

Nous avons examiné avec les agents des compagnies concernées nos exigences relatives aux renseignements demandés, délimité avec eux une échelle de base sur laquelle on pourrait établir des évaluations et des répartitions de prix acceptables, et nous nous en sommes remis aux données fournies par les compagnies. Aussi longtemps que nous n'avions pas de raisons impérieuses de mettre en doute la véracité des données, nous n'avons pas essayé d'entreprendre, de notre côté, quelque vérification que ce soit.

De nombreuses compagnies spécialisées dans l'industrie du boeuf s'occupent également de produits et de denrées autres que le boeuf. Ce fait prend de l'importance spécialement lorsqu'il s'agit d'évaluer les données du secteur de l'industrie consacré au commerce de détail; dans ce secteur, les compagnies ayant fait l'objet de l'étude doivent fournir une évaluation des ventes, des frais de ventes, des bénéfices bruts, des salaires et prestations et de toute autre dépense se rattachant aux opérations de commercialisation du boeuf. Ceux qui ont eu à faire ces évaluations ont exprimé des réserves et des doutes quant à la précision des données apparaissant dans leurs états financiers. Néanmoins, nous croyons que les répartitions ont été faites de bonne foi, que les enquêtes ont déployé de véritables efforts et que les résultats d'ensemble sont satisfaisants pour les buts de la présente enquête.

Dans l'échantillonnage choisi, pour chaque secteur de la mise en marché du boeuf, nous avons déterminé les bénéfices nets ou les pertes avant de calculer les impôts sur le revenu et nous avons exprimé ces montants sous forme de pourcentage des ventes (comme c'est le cas pour chaque catégorie). On peut aussi déterminer l'élément de profit dans les prix de vente. D'autres mesures de rentabilité auraient pu être utilisées, par exemple, le rendement du capital qui consiste à exprimer les bénéfices sous forme de pourcentage du capital investi. Mais puisque la plupart des compagnies de notre échantillonnage s'intéressent à des secteurs d'activités autres que celui du boeuf, nous n'avons pas jugé pratique de déterminer la valeur des actions ou des capitaux investis dans la mise en marché du boeuf seulement. Par conséquent, nous n'avons pas essayé de définir le bénéfice comme un pourcentage du capital investi ou un pourcentage des actions détenues par les actionnaires. De plus, nous avons comparé les pourcentages des bénéfices nets avant la déduction des impôts sur le revenu à des chiffres similaires représentant certaines classifications industrielles types pour 1971, soit les données de Statistique Canada, les plus récentes que nous ayons pu obtenir. Nous avons aussi recueilli à des fins de comparaisons certaines données concernant le rendement général de nombreuses compagnies.

Le niveau des ventes des parcs à bestiaux et des courtiers a été très irrégulier et tient aux fluctuations des prix qu'obtiennent ceux-ci sur le marché, ce qui touche surtout le secteur des courtiers, et à la quantité des bestiaux vendus, ce qui touche directement les parcs à bestiaux et influe, dans une certaine mesure, sur l'activité des courtiers. Les dépenses ont tendance à demeurer fixes et les fluctuations des revenus influent directement sur les bénéfices.

Dans le cas des abattoirs, on constate une légère tendance à la baisse des bénéfices bruts par rapport aux pourcentages des ventes, soit de 11,6% en 1970-1971 à 10,5% en 1973-1974. Le pourcentage du bénéfice brut a augmenté de 12,1% en 1974-1975 (le bénéfice brut a été calculé en déduisant les prix d'achat du boeuf de ceux des ventes). Au cours des cinq dernières années, les bénéfices nets avant impôt par rapport au pourcentage des ventes ont augmenté de 0,1% à 1,1%. Les bénéfices bruts et les bénéfices nets avant impôt par rapport au pourcentage des ventes étaient comparables aux chiffres pour "les produits dérivés de la viande" et "la vente de bétail en gros" en 1971.

Les ventes ont augmenté dans une proportion étonnante dans les secteurs de l'industrie consacrés au commerce en gros, soit de 142% pour les cinq dernières années, ce qui est plus rapide que dans tous les autres secteurs. Un écart très faible apparaît dans les pourcentages de bénéfices bruts (8,7% à 9,7%), ce qui est le cas d'ailleurs pour les dépenses et les profits nets avant impôt par rapport au pourcentage des ventes (0,6% à 1,2%). Les pourcentages de bénéfices bruts sur les ventes de boeuf en gros sont inférieures à ceux des "ventes en gros de bétail sur pied" et des "ventes d'aliments en gros" en 1971. Toutefois, le bénéfice net avant impôt dans le cas des ventes de boeuf en gros est légèrement supérieur à celui des "ventes d'aliments en gros", soit de 0,8% comparativement à 0,5%, et il est identique à celui des "ventes en gros de bétail sur pied".

Pour les détaillants inclus dans notre échantillonnage, le pourcentage des bénéfices bruts sur les ventes de boeuf a baissé de 17,7% en 1970-1971 à 15,4% en 1974-1975. Les pertes nettes avant impôt se chiffrent à environ 8% du montant des ventes de toute cette période. Les pourcentages de bénéfice brut et de bénéfice net pour les ventes de boeuf sont inférieurs aux chiffres comparables pour la plupart des magasins d'alimentation au détail en 1971. Les ventes de boeuf ont entraîné des pertes avant impôt de 7,8% par rapport à un pourcentage de bénéfice net global avant impôt de 9,8% pour les magasins d'alimentation au détail.

Les données régionales présentent quelques différences majeures par rapport aux données d'ensemble. Parmi celles-ci, les plus importantes couvrent le commerce de détail dans l'Ouest, les abattoirs du Québec et de l'Ontario et les grossistes de l'Ontario. Le dernier groupe fonctionne d'une façon quelque peu différente de celle des autres groupes de l'échantillonnage.

En général, les compagnies ayant participé à l'enquête nous ont apporté leur collaboration, et nous tenons à remercier les membres du personnel qui ont pris part aux entrevues et à la cueillette des données pour le temps et les efforts qu'ils y ont consacrés.

Nous aimerions aussi mentionner l'aide que nous ont apportée M. Mehr et M. Huff dans l'exécution de ce projet.

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE
EN MARCHÉ DU BOEUF ET DU VEAU

MARGES BÉNÉFICIAIRES DES COMPAGNIES S'OCCUPANT
DE LA MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
Mot de la direction	iv
Introduction	1
Portée de l'enquête	1
Méthodologie	2
Conclusions	7
Nature des données	7
Notre analyse des données	9
Remarques sur la marge bénéficiaire	13
Comparabilité des données obtenues	16

TABLEAUX

RÉSULTATS DES OPÉRATIONS EN POURCENTAGES DES VENTES:

A. Services de mise en marché du boeuf	6
B. Abattoirs	8
C. Grossistes	12
D. Détaillants	14

ANNEXES

I. Lettre aux compagnies	19
II. Regroupement par secteur de l'industrie	23

INTRODUCTION

PORTÉE DE L'ENQUÊTE

On nous a demandé d'obtenir des renseignements sur la situation financière d'environ 40 compagnies qui s'occupent du conditionnement et de la mise en marché du boeuf à des fins d'analyse, nous avons divisé les compagnies s'intéressant à l'industrie du boeuf en quatre secteurs:

1. services de mise en marché du boeuf (parcs à bestiaux et courtiers);
2. abattoirs;
3. grossistes; et
4. détaillants.

La plupart des compagnies n'essaient pas de compter séparément leurs ventes de veau, car elles estiment que le volume des ventes de veau est très faible comparativement aux transactions d'ensemble pour le boeuf et le veau. Les quelques compagnies qui nous ont fourni des chiffres distincts pour les ventes de veau ont confirmé cette affirmation, leurs ventes de veau représentant moins de 1% du volume total de leurs ventes. A la lumière des faits précités, nous avons traité de l'ensemble des transactions relatives au boeuf et au veau.

Même si de nombreuses compagnies n'ont pas fait l'objet de l'enquête, nous croyons que l'échantillon choisi par la Commission est suffisamment représentatif et que les données recueillies reflètent assez bien la situation de l'industrie en général. En fait, nous sommes d'avis que les secteurs "abattoirs", "grossistes" et "détaillants" représentent plus de 50% de l'ensemble du marché canadien.

Nous avons visité personnellement les représentants de chaque compagnie pour discuter de nos exigences et de nos méthodes quant à la cueillette des données. De plus, nous avons eu des contacts suivis avec de nombreuses compagnies qui désiraient obtenir des explications supplémentaires. Nous avons examiné avec les agents des compagnies concernées nos exigences relatives aux renseignements demandés, délimité avec eux une échelle de base permettant d'établir des évaluations et des répartitions

de prix acceptables et nous nous en sommes remis aux données fournies par les compagnies. Aussi longtemps que nous n'avons pas de raison impérieuse de mettre en doute la véracité des données, nous n'avons pas essayé d'entreprendre de notre côté, quelque vérification que ce soit.

MÉTHODOLOGIE

Le projet avait pour but de déterminer les recettes par rapport aux coûts et aux bénéfices nets d'un échantillon représentatif de compagnies choisies par la Commission à chaque échelon du système de mise en marché du boeuf.

Notre intention première était d'obtenir des données quantifiables au moyen d'un questionnaire adressé aux compagnies choisies. Afin d'obtenir des données de base nous permettant de rédiger le questionnaire, nous avons d'abord rencontré les représentants de deux grandes compagnies s'intéressant à l'industrie du boeuf afin de discuter officieusement de la nature et de la disponibilité des données et des moyens d'établir des évaluations. Ces rencontres nous ont permis de conclure qu'un questionnaire ne nous apporterait pas les renseignements souhaités. Il était évident que la variété des compagnies et leurs différentes formes, les variantes de chaque secteur de l'industrie, les différents systèmes de comptabilité financière et de calcul des coûts éliminaient la possibilité d'un seul questionnaire. De plus, nous en sommes venus à la conclusion que pour produire le nombre de questionnaires particuliers qui s'imposeraient pour évaluer toutes les variables mentionnées, il faudrait consulter les compagnies une par une, ce que nous avons décidé de faire.

Nous avons donc fait parvenir une lettre à chaque organisme de l'échantillon (voir l'appendice I). Nous y discutons de l'échéancier, de la portée de l'enquête, des données spécifiques requises et de questions supplémentaires que nous avons l'intention d'examiner (y compris des échelles de répartition des coûts, des modifications aux systèmes de comptabilité interne et des systèmes et échelles permettant d'évaluer les revenus et les coûts). Nous mentionnions dans la lettre qu'un de nos représentants rendrait visite aux compagnies afin de discuter des données financières nécessaires à l'enquête et de l'échelle de base selon laquelle elles devraient être préparées. La plupart de nos visites aux compagnies ont été faites entre le 4 et le 27 août. Nous avons interrogé les cadres supérieurs des services financiers et l'exploitation de la plupart des compagnies que nous avons visitées. Dans le cas de compagnies plus petites, nous avons aussi rencontré leurs comptables indépendants.

En général, les compagnies ayant participé à l'enquête nous ont apporté leur collaboration et nous tenons à remercier les cadres ayant pris part aux entrevues et à la cueillette des données pour le temps et les efforts qu'ils y ont consacrés.

Les visites aux compagnies nous ont permis de constater que la plupart d'entre elles n'avaient pas commencé à rassembler leurs données et qu'elles attendaient pour le faire d'avoir l'occasion de discuter avec nous des exigences à respecter. En général, lors de ces entrevues, nous avons surtout recueilli des données sur leur expérience antérieure dans les opérations de mise en marché du boeuf et avons discuté des moyens et méthodes que les diverses compagnies devraient adopter pour satisfaire à nos exigences. Une grande partie des entrevues a été consacrée à la discussion des méthodes de répartition des coûts ordinaires. Nous exigeons que tous les coûts habituels, y compris les coûts d'administration de la compagnie et de l'intérêt sur les dettes, apparaissent dans leurs évaluations des opérations de mise en marché du boeuf. Les résultats nets obtenus devaient représenter le bénéfice net ou la perte avant l'impôt pour chacune des opérations de mise en marché du boeuf effectuées par la compagnie. Nous avons décidé d'exclure les impôts sur le revenu puisque ces données auraient pu introduire des variables n'ayant pas de rapport direct avec les opérations de mise en marché du boeuf. Une fois les données obtenues, nous en avons fait une analyse préliminaire pour en assurer la précision et la comparabilité. Dans certains cas, nous avons dû faire des appels téléphoniques et des visites supplémentaires afin de corriger les erreurs dans les rapports présentés. Environ 40% des rapports présentés ne nous sont pas parvenus avant la date limite du 26 août. La plupart des rapports présentés en retard nous sont parvenus au cours des mois de septembre et d'octobre (le dernier, au début de novembre), ce qui a nécessité des contacts suivis et entraîné des retards dans l'analyse des données, et par la suite, dans la présentation du présent rapport aux commissaires.

Voici quelques termes utilisés dans le présent rapport pour décrire les opérations financières:

- | | |
|-------------------|--|
| "Ventes" | - Prix net des ventes après déduction des rabais et des escomptes. |
| "Frais de ventes" | - Prix d'achat du boeuf y compris les coûts de transport. |

- "Bénéfice brut" - Différence entre "valeur" et "frais de ventes"
- "Salaires et prestations" - En général, coûts directs d'exploitation de la main-d'oeuvre.
- "Autres dépenses" - Tous les autres coûts provenant des opérations de mise en marché du boeuf, y compris les salaires indirects, les coûts d'habitation, le coût des immeubles et les autres taxes. Le calcul de l'intérêt sur le capital investi dans les opérations de mise en marché du boeuf n'a pas été fait, mais on a inclus le montant réel des intérêts lorsqu'il y avait lieu de le faire.
- "Bénéfice net ou perte avant impôt" - "Bénéfice brut" moins "salaires et prestations" et "autres dépenses".

Les données ont été réunies et exprimées dans l'ensemble en termes de dollars et en terme de pourcentage des ventes (voir l'annexe II). De plus, nous avons calculé l'écart moyen entre les données résultant de la mise en commun des rapports présentés séparément. Ces calculs ont été faits lorsqu'il s'agissait de compagnies à plusieurs succursales et pour les différents secteurs de l'industrie. Cette forme de répartition a été choisie parce qu'elle dépend de la valeur de chaque catégorie dans les séries de chiffres présentées et qu'elle insiste moins sur les valeurs extrêmes que ne le fait la méthode de l'écart type, où toutes les valeurs sont élevées au carré avant d'être calculées. D'après la nature des valeurs que nous avons reçues, nous avons conclu que l'écart moyen était la méthode de répartition la plus appropriée.

Nous sommes conscients de la responsabilité qui incombe à la Commission de juger de la modération des coûts et des écarts de prix qui existent par les divers éléments du système de mise en marché. Nous avons donc inclus les critères d'exploitation de base des industries connexes. Les industries suivantes ont été choisies parce qu'elles étaient étroitement reliées au système de mise en marché du boeuf:

- Produits dérivés de la viande;
- Vente d'aliments en gros;
- Ventes en gros - bétail sur pied;
- Magasins d'alimentation au détail.

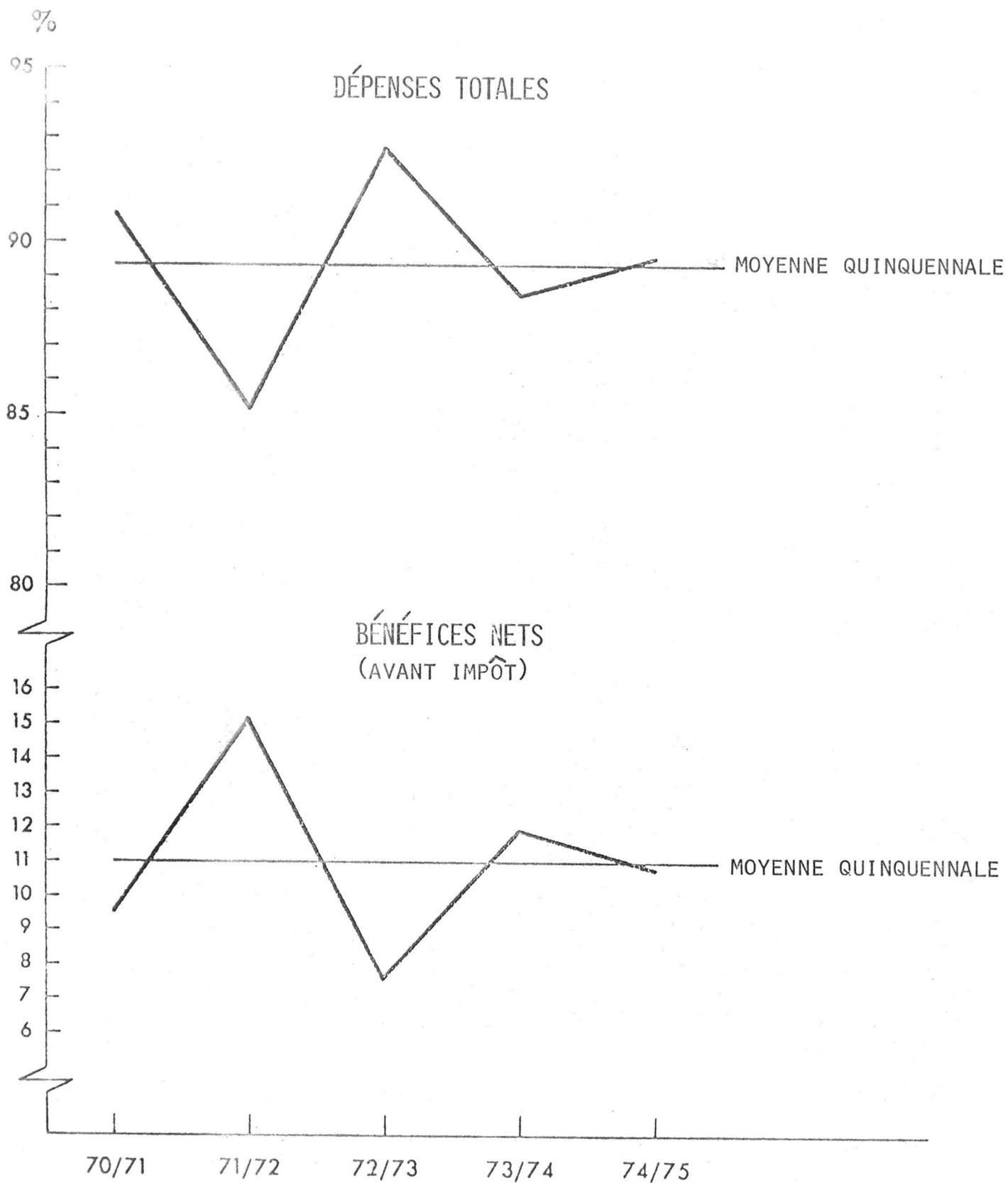
En réponse à votre demande, nous avons recueilli auprès des compagnies des renseignements concernant les opérations de mise en marché des produits alimentaires en général.

Ces renseignements connexes figurent dans notre "Analyse des données".

SERVICE DE MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

(ABATTOIRS ET COURTIERS)

RÉSULTATS DES OPÉRATIONS EN POURCENTAGES DE VENTES



CONCLUSIONS

NATURE DES DONNÉES

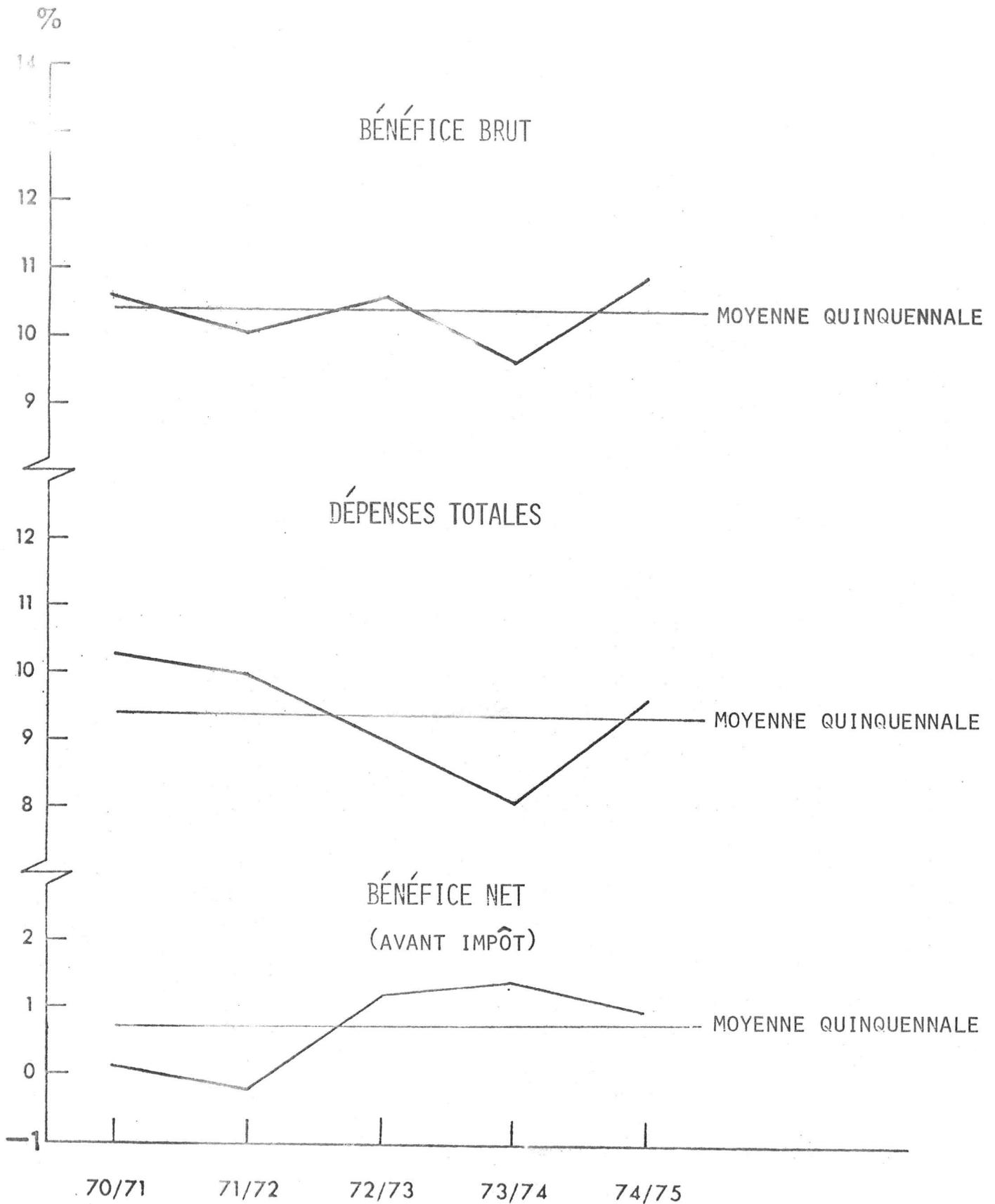
En certains cas, les données fournies par les compagnies proviennent directement des états financiers de celles-ci. Il en était ainsi pour les compagnies qui s'occupent uniquement du conditionnement ou de la commercialisation du boeuf. Beaucoup de compagnies qui s'intéressent à l'industrie du boeuf s'occupent en plus d'autres produits et d'autres denrées. Il faut tenir compte de ce facteur, surtout lorsqu'on évalue les données fournies par le secteur de la vente au détail, en effet aucune des firmes faisant l'objet de l'enquête n'a pu indiquer le montant des ventes, des frais de vente, du bénéfice brut, des salaires et prestations et des autres dépenses se rattachant à l'industrie du boeuf en consultant directement son registre de comptabilité. Afin de nous fournir les données nécessaires, ces compagnies ont dû faire l'estimation des quantités unitaires, de prix de vente et d'achat moyens. En général, les chiffres de base utilisés pour les estimations figurent dans les lettres et les documents de travail que nous avons communiqués à la Commission, en plus du présent rapport.

Les correspondants qui ont jugé ces évaluations nécessaires ont fait des réserves et nié que le résultat qu'ils ont donné soit d'une exactitude rigoureuse. Nous croyons cependant que la répartition des coûts a été fidèlement reconstituée et que ces correspondants ont fait de leur mieux; aussi les résultats définitifs sont acceptables quant aux fins de la présente enquête.

Il n'y a pas de sources de renseignements valables en ce qui concerne la répartition des dépenses courantes telles que les frais généraux lorsque plus d'une activité est en cause. Pour faire les calculs, on a habituellement pris comme base le volume des ventes, par rapport à l'espace occupé par chaque secteur d'activité et au temps consacré à chacun de ses secteurs. Mais, dans le calcul de tous ces frais, il faut tenir compte du facteur personnel, aussi sont-ils plus ou moins arbitraires. Nous croyons, toutefois, qu'il faut englober une partie raisonnable de tous les frais courant si l'on veut présenter honnêtement les résultats d'exploitation d'un seul secteur d'activité de la compagnie.

ABATTOIRS

RÉSULTATS DES OPÉRATIONS EN POURCENTAGES DES VENTES



Dans certains cas, les compagnies ont fourni des données pour plusieurs années, mais pour différentes raisons, on n'a pas obtenu de renseignements pour toute la période quinquennale, soit parce que les compagnies avaient été récemment achetées ou nouvellement constituées, ou tout simplement parce que leur registre de comptabilité n'était pas assez détaillé pour permettre aux employés de fournir des renseignements utiles. Bien que les firmes aient pu fournir un nombre limité de données, celles-ci ont été rejetées si elles ne pouvaient figurer dans les montants globaux.

Le montant détaillé des revenus et des frais se présentait de façon différente selon les exposés. Nous avons décidé que les données financières les plus significatives devaient se rapporter, comme nous l'avons dit plus haut, aux ventes, aux frais de ventes, au bénéfice brut, au montant des salaires et prestations, à d'autres dépenses, aux dépenses totales et au bénéfice ou à la perte nette avant l'impôt. Dans quelques cas, on n'a fourni que les chiffres relatifs aux dépenses totales. Nous avons alors réparti les dépenses totales entre les chapitres "salaires et prestations" et "autres dépenses" dans la proportion où elles se présentaient dans des compagnies similaires.

NOTRE ANALYSE DES DONNÉES

Le volume total des ventes de toutes les compagnies comprises dans l'échantillon, pour l'année 1974-1975, est approximativement de 1.66 milliard de dollars.

En prenant l'échantillon choisi par la Commission, nous avons étudié, pour toutes les compagnies, les résultats financiers après avoir examiné le montant global en détail. Nous avons, toutefois, conclu qu'un tel montant ne représenterait pas tous les secteurs du système de mise en marché du boeuf dans les mêmes proportions qu'il le ferait si l'on prenait toutes les firmes s'intéressant à cette industrie; aussi ne serait-il pas représentatif. L'exemple suivant montre dans quelle proportion les différents secteurs de l'industrie sont représentés (on s'est fondé sur le volume total des ventes des compagnies comprises dans l'échantillon, pour l'année 1974-1975):

Abattoirs	59%
Grossistes	13%
Détaillants	28%

Les recettes pour le secteur des services de commercialisation du boeuf ont contribué pour moins de 1% au volume total des ventes pris comme exemple.

1. Service de mise en marché du boeuf (parcs à bestiaux et courtiers).

Les parcs à bestiaux exigent une taxe fixe par tête de bétail pour s'occuper des animaux sur pied. De plus, ils vendent de petites quantités de fourrage et de litière et fournissent divers autres services; par exemple, ils marquent les animaux au fer rouge, les décornent et les vaccinent. Les courtiers prennent une commission sur la valeur en dollars de leurs transactions relatives au boeuf.

Les droits des abattoirs ont augmenté d'environ 40% au cours de la période quinquennale tandis que les taux de courtage sont restés constants.

Les "frais de ventes" n'interviennent pas puisque ces firmes n'achètent pas de boeuf de boucherie pour leur propre compte. Aussi, "bénéfice brut" correspond à "ventes".

Dans ce secteur, le niveau de profit a varié par suite des changements survenus dans les prix des marchés, ce qui a d'abord influé sur les prix des abattoirs et quelque peu sur ceux des courtiers.

Les dépenses tendent à être relativement fixes, et lorsqu'il y a fluctuation des recettes, les bénéfices nets s'en ressentent directement.

2. Abattoirs

Comme on le voit dans la pièce justificative ci-jointe, les abattoirs ont connu une légère tendance à la baisse de leur bénéfice brut en termes de pourcentage des ventes jusqu'en 1974-1975. Au cours de cette période, ils n'ont pas particulièrement rattrapé le prix d'achat du boeuf en augmentant les prix de vente. En 1974-1975, cependant, le bénéfice brut en termes de pourcentages des ventes, pour les abattoirs qui participent à la présente enquête, s'est accru de 1,6%. Cela tient peut-être à une augmentation des prix de vente, à un meilleur rendement, à une diminution du prix du boeuf à l'achat, ou à une combinaison des trois éléments.

Les dépenses inscrites au chapitre "salaires et prestations" et "autres dépenses" en termes de pourcentage des ventes ont eu une tendance à la baisse jusqu'en 1974-1975. Dans la dernière période, toutes les dépenses en termes de pourcentage des ventes ont augmenté. Cela est attribuable en partie aux fluctuations des prix de vente, au coût de la main-d'oeuvre et aux frais subis, dans la mesure où ceux-ci n'ont pas été contrebalancés par une productivité accrue.

Les pourcentages de bénéfices nets ont évolué dans une marge limitée au cours de la période quinquennale en cause, allant de 0,2% en mai 1971-1972 à 1,4% en 1972-1973. L'écart moyen pour l'ensemble des cinq ans va de 0,7% à 1,9% et indique des écarts importants de la moyenne.

3. Grossistes

Les ventes des grossistes ont augmenté de façon spectaculaire bien plus rapidement que dans n'importe quel autre secteur; elles ont effectivement atteint 142% au cours de la période quinquennale.

Les prix d'achat du boeuf sont restés très près des prix de vente au cours de cette période, ce qui a entraîné très peu d'écart dans le pourcentage du bénéfice brut.

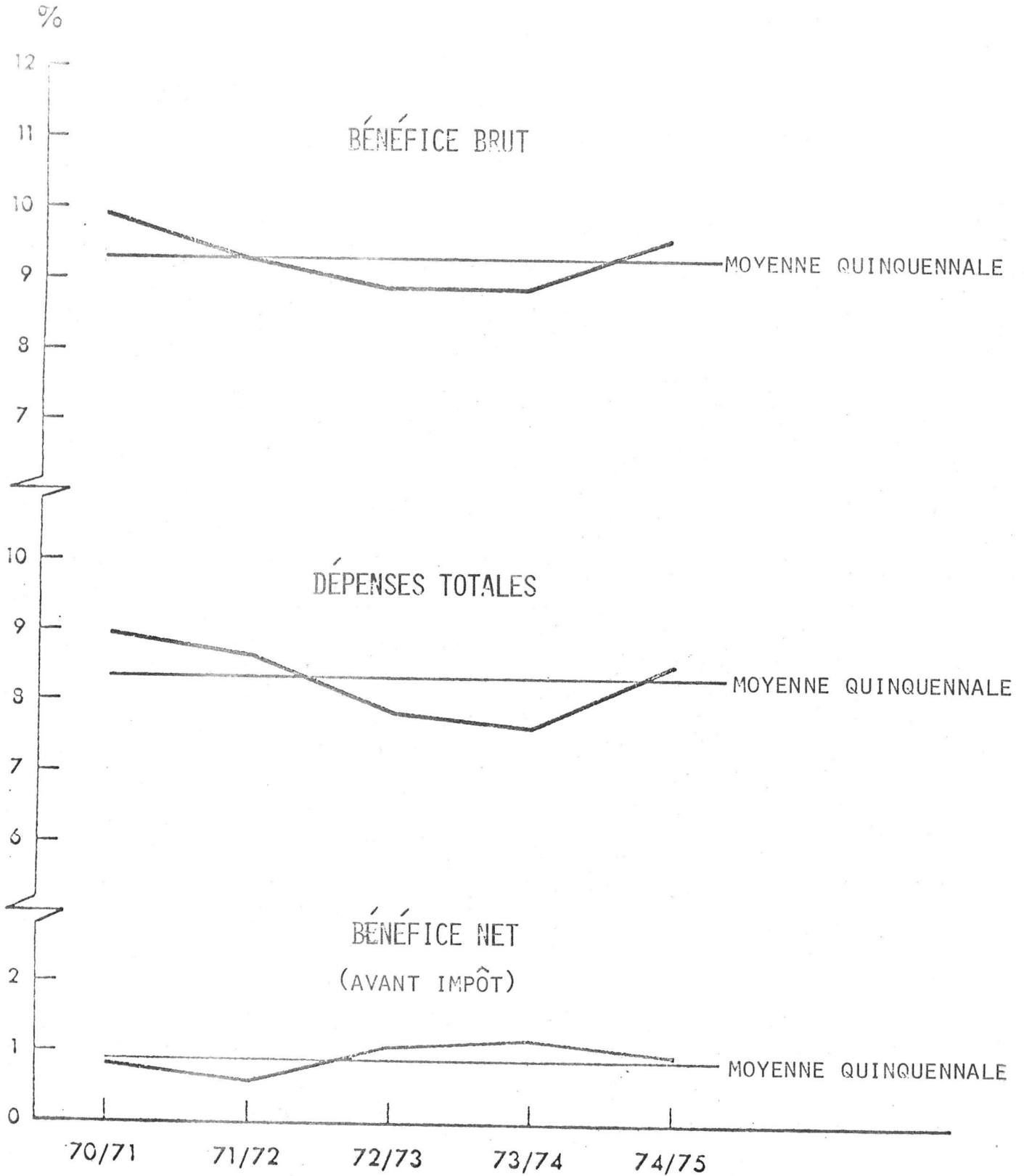
Les marges bénéficiaires déclarées par les compagnies ayant fait l'objet de l'échantillon sont modestes, tant en termes de pourcentage qu'en termes de dollars réels. L'écart moyen indique des différences importantes dans les cas étudiés.

La majorité des grossistes ne s'occupent que du commerce du boeuf ou du veau; aussi, pour fournir des données n'ont-ils pas besoin de faire des estimations et de calculer les frais se rattachant à la fois à d'autres produits. En fait, beaucoup des enquêtes ont fourni des rapports financiers annuels en réponse à notre demande de données.

Les grossistes peuvent généralement faire supporter à leur client l'augmentation des frais de production et, aussi longtemps que le volume des ventes se maintient, on peut espérer qu'ils conserveront leur marge bénéficiaire.

GROSSISTES

RÉSULTATS DES OPÉRATIONS EN POURCENTAGE DES VENTES



4. Détaillants

Le pourcentage du bénéfice brut est passé de 17,7% en 1970-1971 à 19,0% en 1974-1975. Les salaires et prestations sont restés à peu près au même niveau en termes de pourcentage des ventes. Différents facteurs peuvent influencer sur ces valeurs, par exemple, les fluctuations des taux des salaires, des prix de vente, et les changements dans les méthodes d'exploitation et de productivité, telles que la mise en vente de morceaux de boeuf empaquetés.

Certains détaillants découpent les carcasses de boeuf au magasin, d'autres ont des usines et des centres de découpage et d'autres achètent directement au conditionneur le boeuf tout empaqueté. C'est pourquoi des écarts dans le bénéfice brut se sont manifestés parce que les frais de découpage de boeuf au magasin peuvent se répercuter dans certaines catégories de dépenses, mais le commerçant qui achète le boeuf tout empaqueté doit supporter des frais de ventes plus élevés.

Ce qu'il faut remarquer, en ce qui concerne la vente du boeuf dans les magasins de détail, c'est que le montant des pertes nettes avant impôt s'élevait à environ 7,2% pendant toute la période observée. L'écart moyen relatif à cette perte nette est de 6,2%. Cet écart tient au fait que des détaillants ont signalé des pertes qui dépassent 7,2% tandis que d'autres ont indiqué des résultats meilleurs que les résultats moyens.

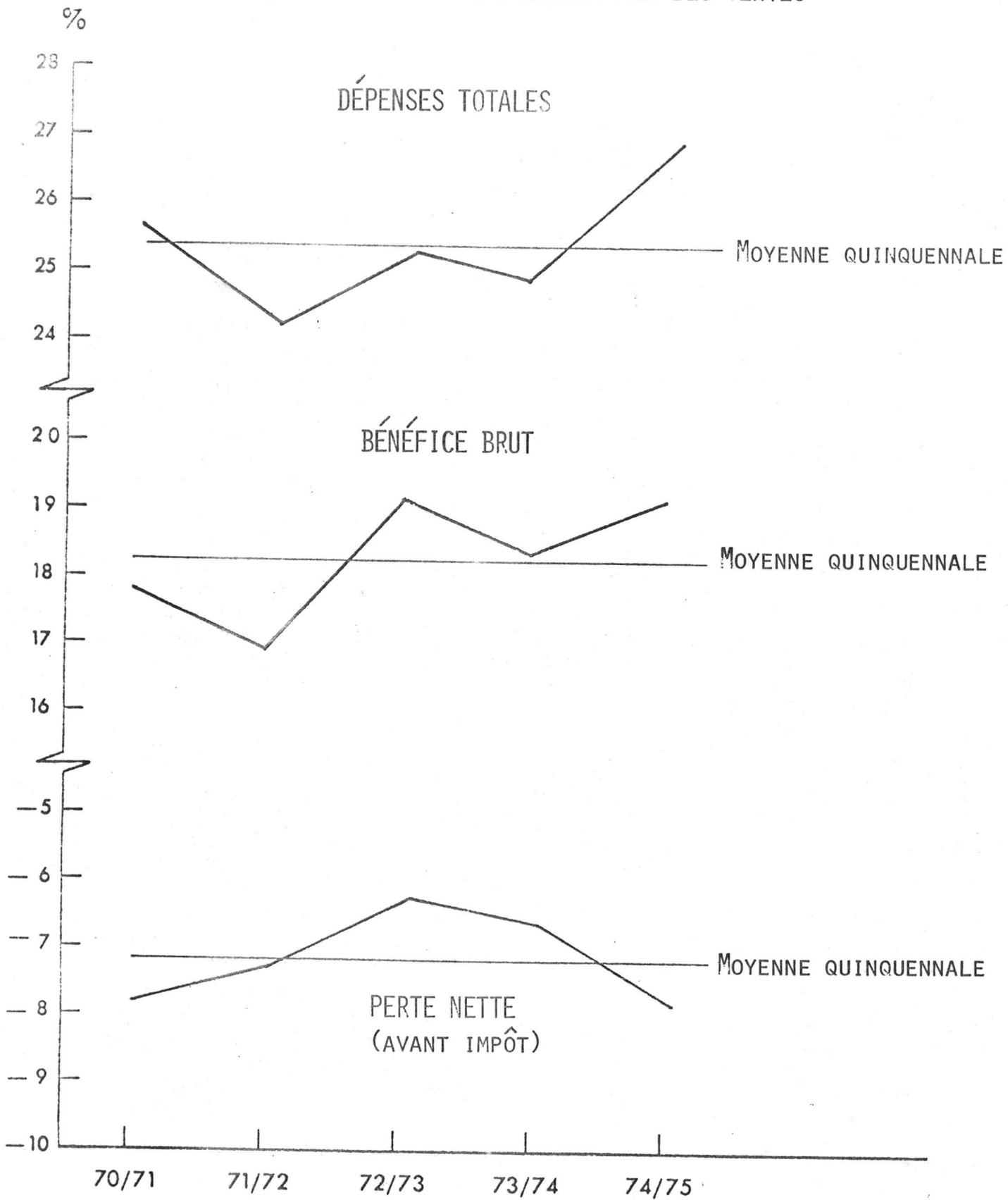
Nous avons l'intention de comparer les marges bénéficiaires réalisées sur le boeuf et le veau avec celles qui sont réalisées sur la vente au détail de tous les produits alimentaires, à peu près de la même manière dont nous avons procédé pour les abattoirs. Malheureusement, nous n'avons pas encore les données pour faire ces comparaisons, mais nous comptons bien les obtenir d'ici deux semaines.

REMARQUES SUR LA MARGE BÉNÉFICIAIRE

Nous avons estimé le bénéfice ou la perte nette avant le prélèvement de l'impôt pour chaque secteur de la commercialisation du boeuf et nous avons exprimé les montants obtenus en termes de pourcentage des ventes (exactement comme nous avons exprimé chaque catégorie de frais en termes de pourcentage de ventes). Donc, l'élément bénéfice dans le prix de vente peut être connu.

DÉTAILLANTS

RÉSULTATS DES OPÉRATIONS EN POURCENTAGES DES VENTES



Il y a cependant d'autres façons de mesurer la marche bénéficiaire. Par exemple, les décisions relatives aux investissements sont généralement prises en tenant compte du rendement escompté du capital. Les décisions arrêtées dans cette optique sont le plus souvent déterminées en prenant comme base les gains exprimés en termes de pourcentage de capital investi dans le secteur d'activité en particulier ou la société en cause. Si, en définitive, on jugeait que le bénéfice devait être "trop élevé" ou "trop bas", il serait alors possible d'ajuster les prix de vente afin d'obtenir le taux de bénéfice souhaité.

Comme la plupart de nos compagnies témoins s'intéressent à d'autres commerces que celui du boeuf, cette façon de calculer, si souhaitable soit-elle, ne nous a pas permis de déterminer la valeur des capitaux investis dans ce seul commerce. De plus, la taille des compagnies composant l'échantillon observé et la structure de leur système financier variaient tellement de l'une à l'autre, qu'à notre avis, des comparaisons ne pouvaient nous conduire qu'à des erreurs. Aussi nous n'avons pas essayé de déterminer le bénéfice en termes de pourcentage du capital investi ou en termes de pourcentage de la masse des profits à répartir entre les actionnaires.

Une remarque s'impose toutefois. Dans le commerce de détail en particulier, où les ventes de boeuf représentent normalement entre 5 et 10% des ventes totales, il ne s'ensuit pas forcément que la marge bénéficiaire relative à ces ventes soit trop basse simplement parce que les détaillants auxquels nous nous sommes intéressés ont noté une perte nette sur le boeuf. Les détaillants compris dans l'échantillon nous ont dit qu'on ne considère le profit net qu'en fonction de l'ensemble de l'exploitation. Comme le boeuf est un produit essentiel qui doit figurer dans tous les magasins d'alimentation, le détaillant n'a d'autre choix que de se résigner à faire un bénéfice médiocre ou même à n'en pas réaliser du tout si telles sont les conditions du marché. Mais, si un bénéfice médiocre sur le boeuf peut être rattrapé par la vente d'autres produits, de sorte qu'en fin de compte on obtienne un profit certain sur l'ensemble des ventes, les détaillants pourront verser des dividendes à leurs actionnaires. Le fait que les détaillants aient subi des pertes notables dans le commerce du boeuf prouve bien que cette forme de répartition de bénéfices se pratique réellement, particulièrement en ce qui concerne l'ensemble des profits réalisés par les compagnies témoins.

COMPARABILITÉ DES DONNÉES OBTENUES

Nous avons étudié les documents de Statistique Canada afin d'obtenir des indications qui nous permettent de comparer nos données avec celles d'autres industries voisines. En ce qui concerne le secteur de commercialisation du boeuf, (abattoirs et courtiers), il n'existe pas de classification industrielle type avec laquelle on puisse établir une comparaison. Malheureusement aussi, les plus récentes données de Statistique Canada datent de 1971, mais comme aucune tendance spectaculaire ne s'est manifestée, d'après nos données les plus récentes, les comparaisons suivantes ont une certaine signification.

1. Abattoirs

Les deux classifications industrielles qui, à notre avis, se rapprochent le plus de celle des abattoirs sont celles de la "boucherie" et celles de "vente en gros-animaux de boucherie". Les chiffres qui figurent ci-dessous ont été calculés de manière à permettre des comparaisons générales:

1971

	Woods, Gordon Données	Statistique Canada Données ¹	
	Boeuf Abattoirs	Produits de boucherie	Vente en gros, animaux de boucherie
Bénéfice brut	10.2%	20.6%	13.6%
Bénéfice net avant impôt	0.1%	0.9%	0.8%

En plus du boeuf, au chapitre, "produits de boucherie" on trouve tous les produits tirés de la viande de boeuf, du porc, de l'agneau, les volailles et d'autres produits d'alimentation. Si le pourcentage du bénéfice brut pour les produits de boucherie est plus élevé que pour les autres, c'est parce que certains bénéfices réalisés sur les sous-produits peuvent réduire les frais de vente; cela n'aurait pas lieu si on les inscrivait au chapitre des ventes.

¹

Ottawa, Statistique Canada, Statistiques financières des corporations - 1971, Octobre 1974.

Cette méthode accroît le pourcentage de bénéfice brut.

Les pourcentages de bénéfices bruts et de bénéfices nets des abattoirs étaient moins élevés que ceux des deux classifications industrielles présentées plus haut et auxquels on les a comparés. Les pourcentages moyens des abattoirs (11,3% et 0,8%) au cours de la période quinquennale observée dans notre étude en ce qui concerne le bénéfice brut et le bénéfice net avant impôt, étaient également plus bas que les chiffres de 1971 pour les deux autres industries. Il faut cependant n'accepter cette dernière comparaison qu'avec circonspection, puisqu'on ne peut se procurer de renseignements plus récents.

2. Grossistes

Pour établir une comparaison générale avec les grossistes en viande de boeuf, on a étudié deux classifications industrielles: "ventes en gros - animaux de boucherie" et "vente en gros - aliments".

Les pourcentages de bénéfice brut sont moins élevés pour les grossistes en viande de boeuf que pour les autres commerçants, comme l'indique le tableau ci-dessous. Le bénéfice net avant impôt est cependant légèrement plus élevé pour les grossistes en viande de boeuf que pour les grossistes en aliments, et il est le même que celui dont il est fait état dans la classification "vente en gros - animaux de boucherie".

1971

	1971		
	Woods, Gordon Données	Statistique Canada Données ²	
	Boeuf Grossistes	Vente en gros animaux de boucherie	Vente en gros aliments
Bénéfice brut	9.7%	13.6%	14.0%
Bénéfice net avant impôt	0.8%	0.8%	0.5%

2

Ibid., pp 181 à 183

Les pourcentages moyens de bénéfices nets et de bénéfices bruts au cours des cinq années observées ont été de 9,1% et de 0,9% respectivement pour les grossistes en boeuf.

3. Détaillants

On ne peut comparer les ventes de boeuf au détail qu'avec celles des magasins d'alimentation au détail. Les données suivantes montrent que les pourcentages de bénéfices bruts et de bénéfices nets en ce qui concerne le commerce du boeuf sont moins élevés que les chiffres parallèles dans le commerce d'alimentation au détail en général. Cela est également vrai si l'on compare les pourcentages moyens de la période quinquennale; qui sont de 16,7% et (7,6%) (chiffres de 1971) pour les magasins d'alimentation au détail. Pour les ventes de boeuf on a constaté des pertes avant impôt de 7,8% tandis que les commerces d'alimentation de détail ont accusé avant impôt un bénéfice net de 0,8%.

	Woods, Gordon Données	Statistique Canada Données
	Boeuf Ventes au détail	Détail Magasins d'alimentation
Bénéfice brut	17.7%	19.2%
Bénéfice net (perte avant impôt)	(7.8%)	0.8%

Les tableaux présentant les résultats financiers des cinq dernières années pour chaque secteur de l'industrie figurent à l'annexe 2.

ANNEXE I

LETTRES A LES COMPAGNIES

le 18 juillet 1975.

Monsieur,

Vous êtes sans doute déjà au courant que la Commission d'enquête sur la mise en marché du boeuf nous a chargé d'établir les coûts s'y rattachant et la répartition des prix à chaque étape de la mise en marché. Nous vous prions maintenant de bien vouloir nous renseigner sur les frais et les recettes provenant de la mise en marché du boeuf et du veau dans votre organisation.

Délai

Pour que notre rapport soit terminé à la date fixée, les répondants devront nous faire parvenir des renseignements financiers complets avant le 26 août. Pour respecter ce délai tout en vous donnant le temps nécessaire pour préparer vos données, nous proposons que notre représentant vous rencontre ou rencontre votre personnel le août pour étudier avec vous les données que vous comptez nous présenter. Si vous avez des questions à poser ou voulez obtenir des renseignements supplémentaires avant cette rencontre, veuillez appeler M. Ray W. Monnot (à partir du 28 juillet) ou M. André Bussière à Ottawa (613) 236-7467, ou M. Fred S. Mallett à Toronto (416) 864-1234. Nous communiquerons avec vous pour confirmer l'heure de la réunion.

Portée de l'enquête

En raison du large éventail d'opérations dont nous devons faire l'échantillonnage et des nombreuses variables qu'il comporte, nous avons conçu le questionnaire sous une forme générale et nous vous demandons de préciser les détails qu'il faudra ajouter pour correspondre le mieux possible à vos propres systèmes de comptabilité et de prix.

Il est évident que tous les sujets décrits ci-après ne conviennent pas à toutes les organisations et quelques compagnies peuvent avoir des systèmes de comptabilité qui ne se prêtent pas particulièrement à la discussion. Dans le premier cas, veuillez ignorer les sujets qui ne s'appliquent pas à votre entreprise, et, dans le dernier, veuillez être prêts à soulever les points qui pourraient éclaircir ou expliquer vos données.

On vous demande en général de fournir des données essentielles portant sur toutes les recettes et les frais annuels de votre compagnie en ce qui concerne le boeuf et le veau, pour chacune des cinq dernières années financières complètes, en plus de données trimestrielles, si possible, pour l'année financière en cours. Les données sur le boeuf doivent être séparées de celles qui concernent le veau. Lorsqu'il existe des divisions distinctes, des usines, ou des filiales, veuillez décrire brièvement la fonction de chacune et préparer des données distinctes. Dans le cas des chaînes de magasin de détail, nous n'exigeons pas de données pour chaque magasin, mais nous demandons des données séparées par région géographique. C'est pourquoi vous pouvez réunir les données selon votre propre structure régionale.

Données requises

En ce qui concerne les recettes, indiquez le montant brut des ventes, les sommes déduites des ventes brutes, c'est-à-dire, les rabais, remises, frais de transport, remboursements, et allocations, etc., afin d'en arriver à un chiffre de vente net.

Vos frais de vente doivent être indiqués conformément à vos registres de comptabilité selon votre méthode de les recueillir et de les enregistrer. Nous nous attendons au moins à y voir figurer les "coûts des matières premières", "les autres frais directs" et "la main-d'oeuvre directe".

Toutes les autres recettes et dépenses afférant à la mise en marché du boeuf doivent être établies selon le graphique de comptabilité de votre compagnie, afin de représenter les bénéfices dont vous faites état, c'est-à-dire, les bénéfices d'exploitation, le bénéfice net avant " _____ ", etc.

Lorsque les comptes pour les recettes et les dépenses ne sont pas séparés, veuillez préparer des estimations à partir des achats et d'autres données connues, comme les revenus, les normes de volume, les recouvrements, etc.

Questions connexes

Lors de notre rencontre, nous aimerions discuter avec vous des questions suivantes au sujet se rattachant aux données que vous avez préparées:

1. Les bases des prix ou des valeurs utilisées pour enregistrer la circulation des produits entre les centres de fixation des prix, les ministères, directions, divisions, les filiales ou autres services.
2. Les bases choisies pour la répartition des coûts ou des dépenses d'un service à l'autre.
3. La nature et les montants de tous les revenus corporatifs des coûts et dépenses qui ne sont pas présentement répartis entre les différents services. Veuillez être prêts à faire part de vos opinions quant à la répartition qui convient pour ces articles.
4. Tous les changements d'importance dans vos systèmes de comptabilité et d'enregistrement au cours de la période observée, surtout les changements qui entravent la possibilité de comparer les données d'une période à une autre.
5. Le rapport entre les données fournies et les données figurant dans vos déclarations financières pour les années à l'étude.
6. Les bases sur lesquelles les estimations des recettes et des coûts ont été établies.

Confidentialité des données

Les Commissaires nous ont informé que même si l'ensemble des données de l'industrie seront probablement rendues publiques dans leur rapport final, les données de certaines compagnies ne seront pas accessibles au public avant que celles-ci aient été consultées à ce sujet.

Les Commissaires ne peuvent songer actuellement à des circonstances qui justifieraient la publication des données d'une compagnie.

Au nom des Commissaires et en notre nom, nous vous remercions à l'avance de votre collaboration et de votre aide dans cette entreprise.

Woods, Gordon et Compagnie.

ANNEXE II

REGROUPEMENT PAR SECTEUR D'INDUSTRIE

SERVICES DE MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

(PARCS À BESTIAUX ET COURTIER)

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

SERVICES DE MISE EN MARCHÉ DU BOEUF
(PARCS À BESTIAUX ET COURTIERS)

ANALYSE EN DOLLARS (\$'000)

	70/71	71/72	72/73	73/74	74/75
VENTES	705	718	855	858	992
COÛT DES VENTES	0	0	0	0	0
BÉNÉFICE BRUT	705	718	855	858	992
DÉPENSES					
SALAIRES ET PRESTATIONS	309	302	398	358	430
AUTRES DÉPENSES	329	307	392	398	455
TOTAL DES DÉPENSES	638	609	790	756	885
BÉNÉFICE NET (PERTE) (AVANT IMPÔT)	67	109	65	102	107

ANALYSE DU POURCENTAGE (EN TANT QUE POURCENTAGES DES VENTES)

	70/71	71/72	72/73	73/74	74/75	% moyen pour 5 ans	% moyen pour 3 ans
VENTES	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
FRAIS DE VENTE	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
BÉNÉFICE BRUT	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
DÉPENSES							
SALAIRES ET PRESTATIONS	43.8	42.1	46.5	41.7	43.3	43.5	43.9
AUTRES DÉPENSES	46.7	42.8	45.8	46.4	45.9	45.5	46.0
TOTAL DES DÉPENSES	90.5	84.8	92.4	88.1	89.2	89.0	89.0
BÉNÉFICE NET (PERTE) AVANT IMPÔT	9.5	15.2	7.6	11.9	10.8	11.0	10.1
ÉCART MOYEN	8.4	10.6	3.7	8.6	8.5	5.3	4.6

ABATTOIRS

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

ABATTOIRS

CODE 5 0 0 1

ANALYSE EN DOLLARS (\$'000)

	70/71	71/72	72/73	73/74	74/75
VENTES	637,332	710,327	849,944	1,096,496	1,044,640
COÛT DES VENTES	572,112	641,368	763,483	994,864	935,256
BÉNÉFICE BRUT	65,220	68,959	87,461	101,632	109,384
DÉPENSES					
SALAIRES ET PRESTATIONS	13,660	15,228	17,048	19,949	23,591
AUTRES DÉPENSES	46,242	48,820	53,361	59,750	66,404
TOTAL DES DÉPENSES	64,869	70,054	76,515	87,185	98,901
BÉNÉFICE NET (PERTE) (AVANT IMPÔT)	351	(1,095)	9,946	14,447	10,483

ANALYSE DU POURCENTAGE (EN TANT QUE POURCENTAGES DES VENTES)

	70/71	71/72	72/73	73/74	74/75	% moyen pour 5 ans	% moyen pour 3 ans
VENTES	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
FRAIS DE VENTE	89.8	90.3	89.8	90.7	89.5	90.0	90.0
BÉNÉFICE BRUT	10.2	9.7	10.2	9.3	10.5	10.0	10.0
DÉPENSES							
SALAIRES ET PRESTATIONS	2.1	2.1	2.0	1.8	2.3	2.1	2.0
AUTRES DÉPENSES	7.3	6.9	6.3	5.4	6.4	6.4	6.0
TOTAL DES DÉPENSES	10.2	9.9	9.0	8.0	9.5	9.3	8.8
BÉNÉFICE NET (PERTE) (AVANT IMPÔT)	0.1	-0.2	1.2	1.3	1.0	0.7	1.2
ÉCART MOYEN	1.7	4.7	4.5	1.5	2.1	1.9	1.3

GROSSISTES

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

GROSSISTES

CODE 5 0 0 2

ANALYSE EN DOLLARS (\$'000)

	<u>70/71</u>	<u>71/72</u>	<u>72/73</u>	<u>73/74</u>	<u>74/75</u>
VENTES	75,549	92,809	127,155	159,535	182,825
COÛT DES VENTES	68,234	84,387	116,051	145,647	165,090
BÉNÉFICE BRUT	7,315	8,422	11,104	13,888	17,135
DÉPENSES					
SALAIRES, ET PRESTATIONS	1,361	1,682	2,205	2,737	3,162
AUTRES DÉPENSES	5,324	6,177	7,527	9,224	12,169
TOTAL DES DÉPENSES	6,685	7,859	9,732	11,961	15,331
BÉNÉFICE NET (PERTE) AVANT IMPÔT	630	563	1,372	1,927	1,804

ANALYSE DU POURCENTAGE (EN TANT QUE POURCENTAGES DES VENTES)

	<u>70/71</u>	<u>71/72</u>	<u>72/73</u>	<u>73/74</u>	<u>74/75</u>	% moyen pour 5 ans	% moyen pour 3 ans
VENTES	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
FRAIS DE VENTE	90.3	90.9	91.3	91.3	90.6	90.9	91.1
BÉNÉFICE BRUT	9.7	9.1	8.7	8.7	9.4	9.1	8.9
DÉPENSES							
SALAIRES, ET PRESTATIONS	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7
AUTRES DÉPENSES	7.0	6.7	5.9	5.8	6.7	6.4	6.1
TOTAL DES DÉPENSES	8.8	8.5	7.7	7.5	8.4	8.2	7.8
BÉNÉFICE NET (PERTE) AVANT IMPÔT	0.8	0.6	1.1	1.2	1.0	0.9	1.1
ÉCART MOYEN	1.4	0.7	1.0	1.1	1.6	0.8	1.0

DÉTAILLANTS

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LA MISE EN MARCHÉ DU BOEUF

DÉTAILLANTS

CODE 5 0 0 3

ANALYSE EN DOLLARS (\$'000)

	<u>70/71</u>	<u>71/72</u>	<u>72/73</u>	<u>73/74</u>	<u>74/75</u>
VENTES	234,690	270,913	329,121	383,499	426,554
COÛT DES VENTES	193,214	225,402	266,684	313,673	345,583
BÉNÉFICE BRUT	41,476	45,511	62,437	69,826	80,971
DÉPENSES					
SALAIRES, ET PRESTATIONS	29,550	32,533	40,607	45,544	54,901
AUTRES DÉPENSES	30,348	32,714	42,402	49,537	59,424
TOTAL DES DÉPENSES	59,898	65,247	83,009	95,081	114,325
BÉNÉFICE NET (PERTE)	(18,422)	(19,736)	(20,572)	(25,255)	(33,345)
AVANT IMPÔT					

ANALYSE DU POURCENTAGE (EN TANT QUE POURCENTAGES DES VENTES)

	<u>70/71</u>	<u>71/72</u>	<u>72/73</u>	<u>73/74</u>	<u>74/75</u>	% moyen pour 5 ans	% moyen pour 3 ans
VENTES	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
FRAIS DE VENTES	82.3	83.2	81.0	81.8	81.0	81.9	81.3
BÉNÉFICE BRUT	17.7	16.8	19.0	18.2	19.0	18.1	18.7
DÉPENSES							
SALAIRES, ET PRESTATIONS	12.6	12.0	12.3	11.9	12.9	12.3	12.4
AUTRES DÉPENSES	12.9	12.1	12.9	12.9	13.9	12.9	13.2
TOTAL DES DÉPENSES	25.5	24.1	25.2	24.8	26.8	25.3	25.6
BÉNÉFICE NET (PERTE)	-7.8	-7.3	-6.3	-6.6	-7.8	-7.2	-6.9
AVANT IMPÔT							
ÉCART MOYEN	6.4	5.6	7.7	5.9	8.2	6.2	6.9

PROPERTY OF - PROPRIÉTÉ DU
PRIVY COUNCIL OFFICE
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ
LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE