



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

44<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION

---

# Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

TÉMOIGNAGES

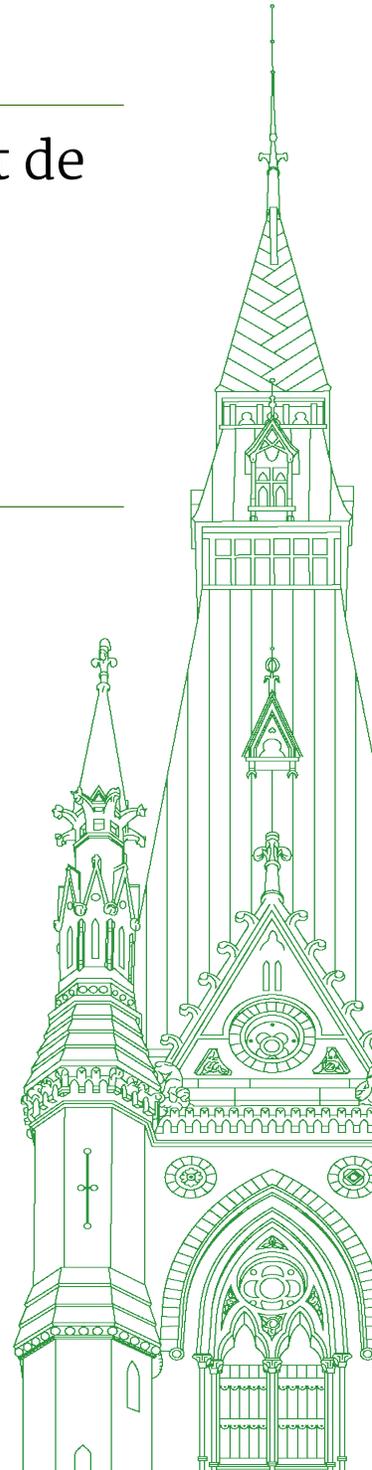
**NUMÉRO 055**

**PARTIE PUBLIQUE SEULEMENT - PUBLIC PART ONLY**

Le lundi 27 mars 2023

---

Président : M. Kody Blois





## Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Le lundi 27 mars 2023

• (1835)

[Traduction]

**Le vice-président (M. John Barlow (Foothills, PCC)):** Bonsoir, chers collègues. La séance du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire est ouverte.

Je commencerai par formuler quelques rappels à l'intention de notre témoin d'aujourd'hui, afin qu'il dispose de quelques renseignements généraux sur le fonctionnement du Comité.

La réunion d'aujourd'hui se déroule selon une formule hybride. Les délibérations sont diffusées sur le site Web de la Chambre des communes. À titre d'information, la diffusion Web montrera toujours la personne qui parle, plutôt que l'ensemble du Comité. Les captures d'écran ou la prise de photos de votre écran ne sont pas autorisées.

Les députés et les témoins peuvent s'exprimer dans la langue officielle de leur choix. Des services d'interprétation sont disponibles pour cette réunion. Si vous n'entendez pas les interprètes, veuillez m'en informer immédiatement, et nous veillerons à ce que les services d'interprétation soient correctement rétablis avant de reprendre nos travaux. Avant de prendre la parole, attendez que je vous nomme. Si vous participez par vidéoconférence, comme M. Gebara, cliquez sur l'icône du micro pour désactiver le mode sourdine. Les micros des participants qui se trouvent dans la salle seront contrôlés par l'agent des délibérations et de la vérification.

Monsieur Gebara, lorsque vous avez la parole, veuillez parler lentement et clairement. Lorsque vous ne parlez pas, vous êtes prié de mettre votre micro en mode sourdine.

Je vous rappelle que toutes les observations des députés et des témoins doivent être adressées à la présidence.

Il y a quelques suppléants aujourd'hui. Du côté des conservateurs, j'aimerais souhaiter la bienvenue à M. Epp, qui remplace M. Steinley. Nous accueillons également M. Aldag qui remplace Mme Taylor Roy et M. Casey qui remplace M. Drouin.

Nous entendons un seul témoin aujourd'hui et, conformément à l'article 108(2) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le mercredi 5 octobre 2022, le Comité reprend son étude de l'inflation du prix des aliments.

J'aimerais maintenant souhaiter la bienvenue à notre témoin, c'est-à-dire au président et chef de la direction de la société Walmart Canada, Gonzalo Gebara.

Monsieur Gebara, jusqu'à cinq minutes vous seront accordées pour votre allocution d'ouverture, après quoi nous procéderons à une série de questions. Je vous ferai un signe de la main lorsqu'il ne vous restera plus qu'une minute pour conclure votre allocution d'ouverture.

Soyez tous les bienvenus à la séance du Comité.

Monsieur Gebara, je vais maintenant vous céder la parole pendant cinq minutes.

**M. Gonzalo Gebara (président et chef de la direction, La Compagnie Wal-Mart du Canada):** Bonsoir, monsieur le président. Bonsoir, chers membres du Comité.

Je vous remercie de me donner l'occasion de vous faire part du point de vue de Walmart en ce qui concerne l'inflation du prix des aliments au Canada.

[Français]

J'aimerais remercier le Comité de m'avoir invité aujourd'hui et de me donner l'occasion de présenter le point de vue de La Compagnie Wal-Mart du Canada sur ce sujet important.

[Traduction]

Je m'appelle Gonzalo Gebara, et j'ai récemment été nommé président et chef de la direction de Walmart Canada. Je suis peut-être un nouvel habitant du Canada, mais je ne suis pas étranger à Walmart, puisque je fais partie de cette entreprise depuis plus de 20 ans.

Nous sommes déterminés à faire notre part pour contribuer à alléger le fardeau qui pèse sur nos clients dans les rayons de produits alimentaires et de marchandise générale que nous offrons. Si vous avez déjà fait des achats chez Walmart, vous savez que nous sommes différents de nos concurrents parce que notre mission principale est d'aider les Canadiens à économiser de l'argent et à avoir une meilleure vie.

La marque Walmart est connue dans le monde entier pour sa stratégie d'établissement des prix EDLP, ou *everyday low price* (bas prix quotidiens). Il ne s'agit pas d'une manœuvre médiatique ou d'une réponse à la période difficile que nous traversons. La stratégie d'établissement des prix EDLP signifie que lorsque vous faites vos achats chez Walmart, vous savez que vous n'avez pas besoin d'attendre les soldes pour bénéficier de bas prix. Chaque jour, nous nous efforçons de maintenir un écart de prix par rapport aux supermarchés Loblaws, Sobeys ou Metro. Notre stratégie d'établissement des prix EDLP est ce qui nous différencie de nos concurrents. En réduisant nos activités promotionnelles, nous favorisons également la cohérence et l'efficacité dans nos relations avec nos fournisseurs, ce qui permet à nos clients de réaliser des économies.

C'est avec cette philosophie que nous sommes fiers de servir chaque jour trois millions de Canadiens en magasin et en ligne. Nous exploitons plus de 400 magasins d'un océan à l'autre. Nous employons plus de 100 000 associés dans les villes et villages du Canada.

Nos clients aux prises avec des difficultés financières nous ont dit qu'en cette période d'inflation, nos bas prix quotidiens sont plus importants que jamais. Walmart a connu d'autres environnements inflationnistes. J'ai vécu en Argentine et j'ai dirigé les activités de Walmart dans un pays où l'inflation est passée de 20 % il y a cinq ans à près de 100 % l'an dernier. Je sais donc que nos clients et tous les Canadiens ressentent les effets de l'inflation. C'est pourquoi je tiens à affirmer clairement que Walmart Canada n'essaie pas de tirer profit de ces conditions inflationnistes.

En fait, le taux de marge brute de Walmart Canada pour ses activités alimentaires a diminué l'année dernière, et le bénéfice d'exploitation total en dollars de notre société a également diminué l'année dernière. Les deux dernières années ont été marquées par une tempête parfaite de facteurs externes qui ont fait grimper les prix des denrées alimentaires. Ces pressions inflationnistes se répercutent sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et finissent par avoir une incidence sur les prix. Même si les clients ne voient que le prix final sur les tablettes, le fait est que l'inflation alimentaire a plusieurs points de contact tout au long de la chaîne où l'inflation s'est installée. Tous les intervenants, des transformateurs aux fournisseurs en passant par les détaillants, doivent faire leur part pour contrôler les coûts.

Les difficultés actuelles ne changent rien à la mission de Walmart, qui est d'aider les Canadiens à économiser davantage pour avoir une meilleure vie. La lutte contre l'inflation fait partie de notre ADN. Nous avons pris une série de mesures concrètes, notamment en contrôlant nos coûts d'exploitation internes et en distinguant les améliorations à apporter à nos chaînes d'approvisionnement, afin de nous assurer que nos clients ont accès aux prix les plus bas. En outre, nous avons travaillé avec acharnement pour garder les prix bas sur nos produits de marque privée et pour offrir ainsi des économies par rapport à de nombreuses marques nationales. Nous surveillons en permanence nos coûts afin de pouvoir refiler à nos clients des économies futures. Nous faisons tout ce qui est en notre pouvoir pour lutter contre l'inflation et garder nos prix bas, mais nous avons aussi besoin de l'aide du gouvernement.

L'année dernière, nous avons témoigné devant le comité des transports de la Chambre des communes au sujet de la façon dont le Canada peut créer une chaîne d'approvisionnement plus résiliente. Nous sommes heureux de voir que le comité a accepté nos recommandations, et nous espérons que le gouvernement en fera autant. Nous avons également formulé volontairement d'autres recommandations en réponse à l'étude de marché du Bureau de la concurrence. Nous sommes convaincus que le Bureau évaluera minutieusement toutes les informations qu'il recevra et qu'il présentera ses recommandations indépendantes au gouvernement en temps voulu.

Même si les Canadiens dépensent plus pour acheter des articles d'usage courant dont leurs familles ont besoin, nous nous engageons à faire notre part pour les aider à économiser de l'argent afin qu'ils puissent avoir une meilleure vie.

C'est avec plaisir que je répondrai à toutes vos questions.

Je vous remercie de votre attention.

• (1840)

**Le vice-président (M. John Barlow):** Je vous remercie infiniment, monsieur Gebara. Je vous suis reconnaissant d'avoir respecté exactement le temps qui vous était imparti.

Je vais maintenant donner la parole aux députés, afin qu'ils puissent poser des questions.

Chers collègues, nous n'avons qu'un témoin à interroger pendant une heure complète, alors je suppose que nous aurons trois séries de questions ou nous interviendrons jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de questions. Si les partis n'ont pas d'autres questions à poser, nous donnerons peut-être la parole à n'importe quelle personne s'il nous reste un peu plus de temps à la fin, mais je suis sûr que nous procéderons aux trois séries de questions pour commencer. Je précise encore une fois que, s'il reste du temps à la fin, nous pourrions aborder la question à ce moment-là.

Nous allons commencer par donner la parole aux conservateurs, notamment à Mme Rood, pendant six minutes.

**Mme Lianne Rood (Lambton—Kent—Middlesex, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je vous remercie, monsieur Gebara, de vous être joint à nous aujourd'hui et d'avoir fait une déclaration.

Notre comité a entendu de nombreux témoins au sujet des défauts manifestes dans les pratiques des géants de l'alimentation et dans la manière dont ils traitent nos agriculteurs et nos producteurs. Walmart est déjà considéré comme l'un des pires membres du secteur en ce qui concerne les frais qu'il impose à ses fournisseurs. J'ai entendu des chiffres comme 900 \$ pour une étiquette manquante sur une boîte ou un sac de produits, ou quelques milliers de dollars pour une commande réduite ne serait-ce que de deux boîtes. J'ai entendu parler d'amendes pour retard de livraison imposées à des chauffeurs de camion qui avaient été arrêtés parce qu'ils ne s'étaient pas présentés à l'heure du rendez-vous. Leur retard découlait du fait qu'ils ne portaient pas de chaussures de sécurité, même s'ils étaient restés dans leur propre camion.

C'est ce genre de pratiques qui fait qu'il est difficile de faire des affaires avec Walmart et qui a des répercussions négatives sur les moyens de subsistance de ceux qui le font. Un grossiste ou un distributeur peut récupérer ces coûts à un autre point de la chaîne d'approvisionnement, mais un producteur ne peut pas récupérer les coûts de la terre dans laquelle il cultive ses aliments. La responsabilité incombe au producteur ou à la famille d'agriculteurs, et ce sont eux qui sont le plus durement touchés. Heureusement, la structure tarifaire sans scrupules de grandes sociétés comme Walmart a attiré, à juste titre, l'attention sur la nécessité d'établir un code de conduite pour les épiceries.

J'ai juste, pour commencer, quelques questions rapides à poser, monsieur, et ce sont les mêmes questions que j'ai posées aux dirigeants des autres entreprises — les géants de l'alimentation — qui ont comparu devant le Comité.

Allez-vous supprimer une fois pour toutes tous les frais, amendes et rétrofacturations et verser aux agriculteurs un prix équitable, soit celui qui figure sur leur facture?

**M. Gonzalo Gebara:** Permettez-moi de commencer par dire que nous dialoguons avec tous nos fournisseurs de manière très transparente et très claire, et que nous faisons preuve de souplesse, en fonction du type d'industrie dans laquelle nos fournisseurs exercent leurs activités. Nous donnons également un préavis raisonnable à tous nos fournisseurs en ce qui concerne la manière dont nous faisons affaire avec eux.

Comme vous le savez, bon nombre des frais que vous venez de mentionner sont liés au coût des activités commerciales. Nos activités ont évolué à bien des égards au fil des ans, et, par conséquent, ce type de relations a fait évoluer la manière dont nous traitons avec nos clients. Je dirais que ces frais vont normalement dans les deux sens, parce que les entreprises de nos fournisseurs connaissent aussi leurs propres évolutions commerciales, et nous recevons des augmentations des coûts.

Je pense que nous avons une relation très transparente et très indépendante avec eux. Dans tous les cas, nous sommes souples, et nous examinons au cas par cas la situation particulière de chacun de nos fournisseurs.

**Mme Lianne Rood:** Je vous remercie.

Donc, la réponse à ma question est non.

Ma deuxième question est la suivante: soutiendrez-vous le code de conduite pour les épiceries, et y participerez-vous?

**M. Gonzalo Gebara:** Je n'ai pas répondu à votre question par la négative. Je pense qu'il faut continuer à accroître la transparence, comme je l'ai dit...

**Mme Lianne Rood:** Je suis désolée. Je n'ai pas beaucoup de temps, mais ma question est la suivante: allez-vous participer au code de conduite pour les épiceries?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous soutiendrons tout ce qui apporte de la transparence et qui, en fin de compte, est dans l'intérêt de tous les intervenants, y compris nos clients.

• (1845)

**Mme Lianne Rood:** Merci, monsieur.

Mon temps est limité, mais je considérerai de nouveau votre réponse comme un non.

Monsieur, je suis favorable aux affaires, mais j'ai mentionné que d'autres géants de l'alimentation font des économies de bouts de chandelle grâce aux frais qu'ils imposent. Les frais facturés aux fournisseurs par les géants de l'alimentation, tels que Walmart, se sont élevés à plus de 6 milliards de dollars qui ont servi à rénover leurs magasins. Les coûts de rénovation normalement financés par le réinvestissement des bénéficiaires dans une entreprise, et non en créant de nouveaux frais et en se déchargeant de cette responsabilité sur les fournisseurs, les agriculteurs et les producteurs. En fait, Sylvain Charlebois a appelé cela l'« intimidation de la chaîne d'approvisionnement » et, selon les Producteurs de fruits et légumes du Canada, 44 % des producteurs vendent à perte.

Pendant la pandémie, Walmart a annoncé qu'elle allait facturer à ses fournisseurs de nouveaux frais, et non une simple augmentation de la structure tarifaire actuelle. Il s'agissait d'un nouveau type de frais, qui devaient être facturés rétroactivement pour financer les mises à niveau des magasins, telles que l'amélioration de l'infrastructure du système de commande en ligne.

Ma question est la suivante: avez-vous mis en œuvre ce type de frais pendant la pandémie?

**M. Gonzalo Gebara:** Pendant la pandémie, nous avons modifié la façon dont nous traitons avec nos clients et nous avons mis en place un nouveau type de frais, mais nous estimons que c'était la bonne chose à faire à ce moment-là, compte tenu de l'évolution de nos activités.

Encore une fois, nous le faisons de manière très transparente, et nous examinons chaque situation au cas par cas avec chaque fournisseur. Là encore, nous pensons que nous avons une manière très transparente de faire des affaires avec notre communauté de fournisseurs.

**Mme Lianne Rood:** Monsieur, la plupart des entreprises réinvestissent leurs propres bénéfices dans leurs activités. Elles ne font pas payer aux agriculteurs et aux producteurs le privilège de pouvoir leur vendre des produits et ne réinvestissent pas cet argent dans leur entreprise pour faire fonctionner leurs propres systèmes. Un agriculteur est censé payer pour ses propres systèmes lorsqu'il fait des affaires. Ce que vous faites semble donc vraiment déraisonnable. Il est franchement honteux que nos grandes chaînes d'alimentation fassent payer à nos agriculteurs et à nos producteurs les améliorations qu'elles apportent, alors que cela ne se fait nulle part ailleurs dans le monde. Cela veut simplement dire que les produits coûtent plus cher aux consommateurs et que les emplois canadiens sont menacés.

En ce qui concerne ce type de frais que vous avez dit avoir mis en place pendant la pandémie de COVID — et je précise qu'il ne nous reste qu'environ 40 secondes, monsieur —, y a-t-il eu des cas où des fournisseurs ont été exemptés de ce type de frais?

**M. Gonzalo Gebara:** Dans le passé, nous avons invité tous nos fournisseurs à investir dans la croissance de leurs secteurs. Comme nos activités évoluaient et que la manière dont nos clients choisissaient d'acheter leurs produits changeait naturellement, nous avons pensé que c'était la bonne chose à faire à ce moment-là.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Je vous remercie, monsieur Gebara. Je vous sais gré d'avoir terminé votre intervention en temps voulu.

Nous passons maintenant aux libéraux, et M. Turnbull prendra la parole pendant six minutes.

**M. Ryan Turnbull (Whitby, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Je vous remercie, monsieur Gebara, de vous être joint à nous aujourd'hui.

Je vous remercie également de votre témoignage.

Je vous suis reconnaissant de votre allocution d'ouverture, et je voudrais faire un suivi à ce sujet.

Vous avez mentionné que la filiale canadienne de Walmart compte plus de 400 magasins. Je remarque qu'en ligne, nous pouvons constater que Walmart Inc., c'est-à-dire l'entreprise mondiale, déclare un revenu net qui a augmenté de manière substantielle au cours de la pandémie. Je note qu'en janvier 2019, votre revenu net s'élevait à 6,6 milliards de dollars. Il a augmenté au cours de l'année 2020 pour atteindre 14,8 milliards de dollars, puis il a commencé à diminuer progressivement au cours des deux ou trois années suivantes.

Je vois la tendance, et j'aimerais vous interroger sur le revenu net de vos magasins canadiens. Pourriez-vous nous citer rapidement quelques chiffres, afin que nous puissions comprendre s'il suit la même tendance?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai indiqué dans mon allocution d'ouverture, notre bénéfice d'exploitation pour l'année dernière a diminué par rapport aux années précédentes. Notre marge bénéficiaire brute dans le secteur alimentaire a été inférieure à celle des années précédentes.

Lorsque nous examinons les activités de Walmart à l'échelle mondiale, nous constatons qu'il s'agit d'une entreprise qui exerce des activités différentes dans des marchés différents, et qu'elle est portée par des dynamiques différentes. Je peux formuler des observations au sujet des activités canadiennes. Comme je l'ai dit, nos bénéfices ont été plus faibles l'année dernière qu'au cours des années précédentes.

**M. Ryan Turnbull:** Vous avez indiqué que vos bénéfices relatifs aux produits alimentaires étaient plus faibles dans vos magasins canadiens. Est-ce bien ça?

**M. Gonzalo Gebara:** Nos ventes de produits alimentaires ont augmenté par rapport aux années précédentes, principalement en raison de l'inflation des prix, c'est-à-dire le sujet dont nous discutons en ce moment, bien entendu. Notre marge brute sur ces ventes a été plus faible l'année dernière qu'au cours des années précédentes. Notre marge brute globale pour l'ensemble de l'entreprise canadienne a été plus faible, et...

• (1850)

**M. Ryan Turnbull:** Je suis désolé, monsieur Gebara. Je ne veux pas vous interrompre, mais mon temps de parole est très limité. Je cherche à obtenir des réponses concises, et je vous prie de m'en excuser.

Lorsque vous dites que vos marges brutes sur les denrées alimentaires ont diminué, les comparez-vous avec les années qui ont précédé la pandémie ou simplement avec l'année dernière? Nous savons que les volumes de vente ont légèrement diminué. Nous pouvons voir la tendance de votre revenu net, mais j'aimerais savoir ceci. Vos ventes de produits alimentaires ont augmenté de manière spectaculaire par rapport aux niveaux enregistrés avant la pandémie, et votre marge brute aurait également augmenté, n'est-ce pas?

**M. Gonzalo Gebara:** Non, dans le cas de notre entreprise, nos ventes ont augmenté pendant la pandémie parce que, comme vous le savez, nos activités sont contracycliques par rapport à celles d'autres industries. Nos ventes ont augmenté et, l'année dernière, notre marge brute sur ces ventes a été inférieure à celle des années précédentes pour les raisons que j'ai expliquées plus tôt, c'est-à-dire cette tempête parfaite de facteurs liés à l'inflation des coûts et à l'inflation tout court.

**M. Ryan Turnbull:** C'est très bien. En ce qui concerne le Bureau de la concurrence, je sais que, lorsque d'autres PDG de grandes chaînes d'épicerie ont comparu devant notre comité, ils ont parlé du fait qu'ils avaient fourni volontairement des renseignements financiers détaillés au Bureau de la concurrence. Avez-vous fait de même? Veuillez répondre brièvement.

**M. Gonzalo Gebara:** Oui. Nous avons fourni les renseignements financiers pertinents au Bureau.

**M. Ryan Turnbull:** Merci.

Dans certains reportages médiatiques que j'ai vus, j'ai noté que Walmart Canada avait mis fin à sa politique d'alignement des prix. Je voudrais faire remarquer que parmi les prix à la consommation d'un large éventail de produits, Walmart avait les prix les plus bas au Canada, d'après les informations dont j'ai pris connaissance. Ce-la cadre avec vos observations préliminaires, selon lesquelles votre

stratégie de bas prix quotidiens vous permettait de garder vos prix bas.

Il n'est pas vrai que vos prix sont les plus bas pour chaque produit. C'est simplement que le prix moyen d'un panier de produits est généralement plus bas chez Walmart, avec une certaine marge. Il n'est pas beaucoup plus bas, mais...

Je ne comprends pas pourquoi vous n'appliquez plus votre politique d'alignement des prix. Pouvez-vous expliquer comment cette décision a été prise?

**M. Gonzalo Gebara:** Cette décision, comme vous le savez, a été prise bien avant mon arrivée. Cependant, je peux vous dire que nous nous employons tous les jours à garder nos prix bas. Notre devise de bas prix quotidiens est au cœur de nos activités. Monsieur Turnbull, je suis heureux de vous entendre dire que vous voyez ces bas prix dans nos rayons. Nous continuerons de nous efforcer de garder nos prix bas, afin d'offrir aux Canadiens les prix les plus bas.

**M. Ryan Turnbull:** Je comprends cela, mais il serait bon de ré-examiner la question de l'alignement des prix, car de nombreux clients peuvent l'utiliser pour s'assurer d'obtenir le prix le plus bas. Envisageriez-vous d'appliquer de nouveau votre politique d'alignement des prix dans vos magasins? Cela a déjà été le cas, n'est-ce pas?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous avons appliqué cette pratique dans le passé. Dans le cas de chaque pratique, nous continuons de ré-examiner ce qui, selon nous, convient le mieux pour nos clients.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Je vous remercie, monsieur Turnbull.

Le prochain intervenant est M. Perron,

[Français]

Monsieur Perron, vous avez la parole pour six minutes.

**M. Yves Perron (Berthier—Maskinongé, BQ):** Merci, monsieur le président.

Monsieur Gebara, merci d'être avec nous aujourd'hui. Nous sommes heureux de votre présence. Je vous serais reconnaissant de donner de courtes réponses, car le temps est limité.

Notre collègue Mme Rood a parlé des frais imposés en 2020 pendant la crise de la COVID-19. Le milieu s'est par la suite mobilisé pour demander la création d'un code de conduite ou de bonnes pratiques entre les épiciers. Des négociations sont d'ailleurs en cours à ce sujet.

Participez-vous à ce processus?

**M. Gonzalo Gebara:** Je vous demande pardon, monsieur Perron. Je parle un peu le français, mais je n'ai pas reçu d'interprétation de votre question en anglais. Si je peux recevoir l'interprétation, je vais pouvoir répondre.

**M. Yves Perron:** Monsieur le président, est-ce que le témoin a sélectionné le bon canal?

[Traduction]

**Le vice-président (M. John Barlow):** Monsieur Gebara, il devrait y avoir un bouton sur votre écran qui vous permet de passer à l'interprétation en anglais. Le voyez-vous?

• (1855)

**M. Gonzalo Gebara:** Oui, l'anglais est sélectionné.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Monsieur Perron, essayez encore une fois, et nous verrons si la traduction lui parvient.

[Français]

**M. Yves Perron:** Monsieur Gebara, les médias ont beaucoup parlé des frais imposés de 5 % pour le commerce en ligne et de 1,25 % pour la rénovation des magasins. Ces frais ont provoqué un tollé qui a mené à la demande de la création d'un code de bonnes pratiques pour les épiciers.

Participez-vous à ce processus? J'aimerais une réponse courte, s'il vous plaît.

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Nous avons reçu très récemment une ébauche du code de conduite. Nous sommes en train de l'examiner. Comme je l'ai dit précédemment, nous soutiendrons toute initiative susceptible d'améliorer les conditions et d'accroître la transparence dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

[Français]

**M. Yves Perron:** Vous dites que même si l'adhésion à ce code de bonnes pratiques était volontaire, votre entreprise adopterait le code et s'engagerait avec les autres entreprises dans ce processus, afin que l'industrie et les consommateurs bénéficient de plus de transparence.

Ai-je bien compris?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Oui. Nous estimons que nous travaillons déjà de manière très transparente avec nos clients et tous les intervenants. Nous avons notre propre code de conduite et notre politique en la matière. Par ailleurs, nous sommes heureux de contribuer à tout ce qui peut être fait pour continuer d'améliorer les conditions générales du commerce de détail. Tant qu'il s'agit d'une bonne chose pour les consommateurs, nous la soutiendrons.

[Français]

**M. Yves Perron:** Vous allez donc vous engager à respecter ce code de bonnes pratiques. C'est une bonne nouvelle, je vous en remercie.

Vous engagez-vous aussi à revoir ce code après un an d'application? La crainte de plusieurs parlementaires, dont moi, c'est que ce code ne soit instauré qu'à des fins décoratives, pour donner bonne presse aux entreprises, mais que ce code n'ait pas d'effet réel, notamment sur le mécanisme de fixation des prix.

Par conséquent, vous engagez-vous aussi à participer à la révision du code dans un an, et à continuer d'être partie prenante du processus, oui ou non?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Nos activités commerciales sont très dynamiques. Elles évoluent naturellement en permanence. Toute évolution naturelle de l'entreprise doit être soutenue par l'ajout ou la suppression des conditions que nous observons actuellement.

Je pense que cela fait partie de la manière naturelle dont nous devons mener nos activités commerciales.

[Français]

**M. Yves Perron:** Monsieur Gebara, j'aimerais maintenant revenir sur la question abordée plus tôt par Mme Rood, soit l'imposition

de frais, notamment pour la rénovation des magasins, les retards et autres.

Vous dites que votre entreprise fait preuve de transparence. Pensez-vous que vos fournisseurs ont un réel pouvoir de négociation? Comment se passe la négociation entre un fournisseur et votre entreprise pour ce qui est des prix?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** En ce qui concerne la négociation, notre approche consiste à échanger avec nos fournisseurs de manière très transparente. Il s'agit de négociations sans lien de dépendance et, je dirais, très intenses, au cours desquelles nous abordons tous les mérites des activités, en fonction des secteurs dans lesquels nos fournisseurs exercent leurs activités.

Comme vous le savez, la chaîne d'approvisionnement comporte différents coûts. Notre position...

[Français]

**M. Yves Perron:** Excusez-moi de vous interrompre, monsieur Gebara, mais mon temps de parole est très limité.

Je comprends donc qu'il y a des négociations, mais je voudrais maintenant revenir sur les profits, sur la marge bénéficiaire.

Tantôt, M. Turnbull a parlé de la ventilation de la marge de profit. Vous avez mentionné que vous alliez fournir tous les chiffres qui sont demandés par le Bureau de la concurrence, qui fait présentement une enquête sur le même sujet. Est-ce exact?

• (1900)

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Nous avons volontairement fourni tous les renseignements pertinents demandés. Ils ont déjà été communiqués au bureau.

[Français]

**M. Yves Perron:** Monsieur Gebara, je sais que vos magasins vendent toutes sortes de produits. À quoi ressemble votre marge bénéficiaire pour ce qui est des produits d'alimentation?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Comme vous le savez, nous vendons une grande variété d'articles. En général, nos marges sur les articles alimentaires sont plus faibles que sur les articles non alimentaires ou, comme nous les appelons, les marchandises générales.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Merci beaucoup. Je vous en suis reconnaissant.

Votre temps est écoulé. Vous vous êtes arrêté plutôt à temps. Je vous ai accordé un peu plus de temps en raison des problèmes d'interprétation.

Nous allons maintenant céder la parole à notre collègue du Nouveau Parti démocratique.

Monsieur MacGregor, vous avez la parole pendant six minutes.

**M. Alistair MacGregor (Cowichan—Malahat—Langford, NDP):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vous remercie, monsieur Gebara, d'avoir accepté de comparaître devant notre comité et de répondre à quelques questions sur un sujet qui préoccupe bon nombre de Canadiens des quatre coins du pays.

Je voudrais changer mon angle d'attaque. Je tiens tout d'abord à vous demander, en votre qualité de président et de chef de la direction, quel est, selon vous, le salaire horaire moyen de vos associés aux ventes au Canada.

**M. Gonzalo Gebara:** Comme nous l'avons dit à maintes reprises, nous pensons que nous offrons à tous de très bonnes possibilités d'emploi.

**M. Alistair MacGregor:** Avec tout le respect que je vous dois, je ne cherche qu'à... Avez-vous un chiffre à me communiquer?

Savez-vous quel est le salaire horaire moyen? Quel est le chiffre exact?

**M. Gonzalo Gebara:** Oui, les salaires de tous nos associés sont supérieurs au salaire minimum. C'est certain.

Monsieur MacGregor, je n'ai pas pour le moment le chiffre moyen sous les yeux. Il faudra que je m'informe.

**M. Alistair MacGregor:** Je me suis renseigné à ce sujet. Ils disent que, dans l'ensemble du Canada, ce chiffre oscille approximativement entre 15 et 16 \$ de l'heure.

Cela vous semble-t-il à peu près exact?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai déclaré, il faudra que je me renseigne et que je vous communique cette information plus tard, sans avoir à transiger sur quoi que ce soit que j'ignore.

**M. Alistair MacGregor:** Certainement.

Vous êtes au courant que l'augmentation du prix des denrées alimentaires a augmenté à un rythme beaucoup plus élevé que le taux d'inflation général? Est-ce exact?

**M. Gonzalo Gebara:** Oui, tout à fait.

**M. Alistair MacGregor:** Ce que je j'essaie de comprendre, monsieur Gebara, c'est la chose suivante: pensez-vous que votre entreprise verse à vos employés un salaire suffisamment élevé pour qu'ils puissent se permettre de se procurer des aliments sains et nutritifs chaque semaine?

S'il s'avère que le salaire moyen de votre entreprise se situe entre 15 et 16 \$ de l'heure, donc environ 30 000 \$ par année, pensez-vous que vos employés ont les moyens de mettre suffisamment de nourriture sur la table pour leur propre famille?

Il s'agit de vos propres employés, et vous dirigez une entreprise très rentable dont l'activité principale est la vente de produits alimentaires.

**M. Gonzalo Gebara:** Oui. Je tiens tout d'abord à rappeler que nous sommes une entreprise centrée sur les gens. En effet, ce sont nos associés qui font la différence chez nous. Nous pensons que nous offrons un environnement de travail très sain à nos associés. Nous sommes une entreprise fondée sur des valeurs, dont l'une des principales est le respect de chaque personne.

Nous offrons des salaires très compétitifs dans un contexte canadien. À titre personnel, je pense que nous avons mis en place un très bon milieu de travail qui permet aux gens de donner le meilleur d'eux-mêmes et de profiter d'un cadre très diversifié dans lequel nous apprécions chacun pour ce qu'il est. Nous offrons de très bonnes opportunités d'avancement. Par exemple, des milliers d'associés qui ont commencé chez nous en occupant un emploi à court terme ont fini par entamer une carrière à long terme.

• (1905)

**M. Alistair MacGregor:** Je vous remercie.

Je suis désolé de devoir vous couper la parole, le temps passe vite.

J'ai consulté votre site Web, et la section « Relations avec les investisseurs » indique que pour Walmart International, le Mexique, la Chine et le Canada sont les principaux pays qui produisent des recettes.

Pour les opérations canadiennes dont vous êtes responsable, quelle a été, dans l'ensemble, la marge bénéficiaire nette de Walmart Canada?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme vous le savez, nous sommes une entreprise privée, et il s'agit là de renseignements sensibles par rapport à nos concurrents. Comme je l'ai dit, nous avons fourni tous les renseignements financiers pertinents au Bureau pour qu'il les prenne en compte dans l'analyse qu'il est en train d'effectuer.

**M. Alistair MacGregor:** De quelle manière les renseignements que vous fournissez aux régulateurs canadiens se comparent-ils à ceux que votre société mère fournit aux régulateurs américains?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai mentionné plus tôt, les activités que nous menons au Canada sont très différentes de nos activités dans le reste du monde pour ce qui est de la complexité et des particularités des renseignements.

Comme je l'ai dit, nous avons transmis tous les renseignements pertinents au Bureau pour qu'il puisse poursuivre son étude.

**M. Alistair MacGregor:** Monsieur Gebara, je comprends qu'il s'agit de renseignements privés qui permettent à votre entreprise de demeurer compétitive. Néanmoins, en l'absence de telles informations, beaucoup de gens sont amenés à faire des suppositions.

Ne voyez-vous pas comment le fait de montrer un peu plus d'ouverture et de transparence pourrait aider à atténuer le manque de confiance que tant de consommateurs canadiens éprouvent à l'égard de grands détaillants comme Walmart?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous pensons que nous sommes capables de gagner la confiance de nos clients chaque jour, dans chaque magasin, en déployant notre proposition de valeur pour le client dans l'ensemble de nos quelque 400 magasins à travers l'ensemble du Canada. Bâtir la confiance de nos clients est une valeur très importante pour nous.

Parallèlement, nous sommes bien entendu ouverts à partager volontairement des renseignements avec les autorités compétentes afin de poursuivre l'étude en question et à instaurer un climat de confiance et de transparence.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Je vous remercie, monsieur MacGregor.

Merci, monsieur Gebara.

Nous passons maintenant à la deuxième série de questions. Je reviens aux députés conservateurs. Monsieur Epp, vous disposez de cinq minutes.

**M. Dave Epp (Chatham-Kent—Leamington, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je tiens à vous remercier sincèrement, monsieur Gebara, de vous être joint à nous aujourd'hui, alors que nous abordons certains des défis qui se posent dans la chaîne agroalimentaire au pays.

Avant d'occuper ma fonction actuelle, j'ai eu l'occasion de nouer de nombreuses relations au sein de la chaîne agroalimentaire canadienne. Grâce aux possibilités offertes par le Comité, de nombreux fournisseurs sont venus me contacter sur une base volontaire pour me faire part de certaines observations. Certains m'ont rapporté que les frais et les amendes qu'ils reçoivent ressemblent davantage à une source de revenus planifiée pour Walmart qu'à un mécanisme permettant de modifier leurs façons de faire.

Que répondez-vous à cette affirmation?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai déjà dit, nous nous comportons de manière très transparente avec nos clients. Nous disposons d'un ensemble de définitions sur la manière dont nous nous engageons auprès de nos fournisseurs, ce qui, selon nous, est la manière adéquate de faire des affaires. Nous menons toujours nos activités de manière très planifiée, sans avoir recours à des appels de dernière minute. Nous savons que nos fournisseurs ont besoin de suffisamment de temps pour pouvoir planifier leurs opérations en conséquence. Ensuite, nous pouvons...

**M. Dave Epp:** Je suis désolé de devoir vous interrompre, mais notre temps est limité.

Vous avez mentionné à plusieurs reprises l'importance de la transparence pour votre entreprise, mais j'ai entendu dire que certains frais continuent de surprendre vos fournisseurs. À la décharge de votre entreprise, grâce aux négociations, certains de ces frais ont été réduits au cours des discussions. Toutefois, reconnaissez-vous que cela ajoute des coûts administratifs à la fois pour les fournisseurs et pour votre entreprise elle-même?

**M. Gonzalo Gebara:** Veuillez m'excuser, monsieur Epp, pourriez-vous répéter la question? Je viens de...

**M. Dave Epp:** Bien sûr. Je disais qu'en ce qui concerne le va-et-vient dans la négociation des honoraires avec vos fournisseurs, reconnaîtrez-vous que cela augmente les frais administratifs, à la fois pour les fournisseurs et pour vous?

**M. Gonzalo Gebara:** Non. Je pense que plusieurs de ces conditions visent à réduire certains frais inhérents aux chaînes d'approvisionnement. Nous pensons qu'à bien des égards, nous sommes en mesure de rationaliser ce type de coûts en appliquant des conditions différentes et en résolvant ces problèmes de différentes manières.

• (1910)

**M. Dave Epp:** Merci.

Walmart mène des activités au sein de nombreux pays. Pouvez-vous nous décrire les différences entre le contexte américain et le contexte canadien, de votre point de vue? Je ne parle pas tant de vos relations avec les fournisseurs que de vos propres dépenses internes: vos coûts d'expédition, de manutention et d'emballage.

La taxe sur le carbone est sur le point d'augmenter à nouveau. Est-ce que cela se répercute sur vos structures de coûts au Canada par rapport aux États-Unis?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai déjà dit, la nature de nos activités est très différente dans chaque pays, en raison de la portée, des complexités particulières et des différents marchés. Je ne pense pas que nous puissions comparer le contexte canadien et américain de quelque manière que ce soit.

**M. Dave Epp:** Je vous remercie.

Vous avez dit que vous veniez de recevoir le code de conduite de l'industrie alimentaire. Est-il exact que vous n'avez pas participé aux négociations qui ont abouti à ce projet?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous venons tout juste de le recevoir et nous nous y attelons dès à présent. Comme je l'ai dit précédemment, nous soutiendrons toute évolution de ce projet afin de créer les bonnes conditions pour l'ensemble de notre industrie.

**M. Dave Epp:** Participez-vous aux discussions en cours?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous venons tout juste de recevoir la version préliminaire et nous allons bientôt participer aux discussions.

**M. Dave Epp:** D'accord. Walmart possédait Asda au Royaume-Uni et l'a vendu en 2021. Votre entreprise a de l'expérience en matière de code de conduite dans le secteur de l'alimentation au Royaume-Uni.

Pouvez-vous me dire quelle a été l'expérience de Walmart au Royaume-Uni?

**M. Gonzalo Gebara:** Je ne dispose pas de suffisamment de renseignements pour vous faire part de la situation au Royaume-Uni en ce qui concerne leur code de conduite, monsieur Epp.

**M. Dave Epp:** J'imagine que votre entreprise possède les documents pertinents. Seriez-vous prêt à présenter une réponse à cette question au nom de Walmart?

**M. Gonzalo Gebara:** La manière dont nous nous sommes engagés selon les différents codes de conduite varie beaucoup en fonction des différents marchés, monsieur Epp. Je ne sais pas si nous aurions suffisamment de renseignements pertinents à vous transmettre, mais permettez-moi de revenir sur cette question.

**M. Dave Epp:** Merci.

Certains observateurs ont noté que les prix des produits alimentaires de détail peuvent être, selon un terme que j'ai souvent vu, « collants », lorsqu'il s'agit de les ajuster à la baisse. Je sais que Walmart se targue d'afficher des bas prix au quotidien, mais il semble réagir plus rapidement lorsque vient le temps d'augmenter les prix. Avez-vous un commentaire à faire à ce sujet?

**M. Gonzalo Gebara:** Dans mes remarques préliminaires, j'ai fait référence à notre philosophie EDLP, qui est bien plus qu'un slogan de marketing. En effet, notre philosophie est d'être toujours le dernier détaillant à augmenter ses prix et le premier à les diminuer. Comme je l'ai dit, nous sommes également très attachés à la réduction des coûts et à la rationalisation de la chaîne d'approvisionnement dans le but de faire réaliser des économies à nos clients.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Je vous remercie, monsieur Epp.

Merci à vous aussi, monsieur Gebara.

Je cède maintenant la parole à Mme Valdez pour cinq minutes.

**Mme Rechie Valdez (Mississauga—Streetsville, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Je tiens à remercier M. Gebara de s'être présenté au Comité.

Je regarde les bénéfices réalisés par Walmart. Les données à ce sujet ont été présentées directement par Walmart. La croissance du commerce électronique est de 17 % ou 18 % sur deux ans. Les ventes internationales ont augmenté et les Canadiens sont classés parmi les plus importants consommateurs.

Je souhaite d'abord savoir quelle est la part de ces ventes qui provient de l'alimentation, que ce soit en dollars ou en pourcentage.

**M. Gonzalo Gebara:** Madame Valdez, nos activités se sont considérablement développées au cours des dernières années, comme je l'ai dit précédemment, dans des conditions très particulières liées à la pandémie. Comme vous le savez, nos chiffres de vente au Canada sont confidentiels en raison de la concurrence. Comme je l'ai dit, nous avons transmis les renseignements pertinents au Bureau afin qu'il puisse poursuivre son analyse.

**Mme Rechie Valdez:** La rémunération des PDG des grandes chaînes de magasins d'alimentation fait souvent l'objet de discussions. Connaissez-vous le ratio ou l'écart entre les salaires des dirigeants et le salaire moyen des employés qui ne sont pas des cadres dans les magasins Walmart?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai déjà dit, nous croyons que dans toutes les structures de notre entreprise, les salaires sont bien équilibrés et concurrentiels. La rémunération, par niveau de responsabilité, c'est aussi de l'information confidentielle que je ne suis pas en mesure de fournir.

• (1915)

**Mme Rechie Valdez:** Quelle est la priorité de Walmart lorsqu'il s'agit de fournir des produits de première nécessité aux Canadiens? Est-ce que c'est de faire le maximum de profits ou de fournir aux Canadiens des produits de première nécessité à un prix abordable?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai dit dans ma déclaration préliminaire, notre objectif est d'aider les gens à économiser pour qu'ils puissent vivre mieux. Tout ce que nous faisons, chaque jour, c'est poursuivre cet objectif. Nous le faisons en simplifiant nos processus; en investissant dans la technologie, la formation et le développement au sein de notre organisation; et en investissant dans la croissance et les nouvelles capacités. Chaque jour, nous nous efforçons d'offrir des bas prix aux Canadiens afin qu'ils n'aient pas à choisir entre les articles qu'ils désirent et les prix qu'ils peuvent payer.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

Je vous parle de ce sujet parce que des Canadiens, en particulier des électeurs de ma circonscription avec lesquels j'ai discuté, ont l'impression que ce qui semble importer pour les sociétés multimilliardaires comme Walmart, c'est de faire des profits et pas tellement de fournir les produits de première nécessité à un prix abordable.

Pendant la pandémie de COVID-19, certaines chaînes ont augmenté les salaires des travailleurs des épiceries. Compte tenu de l'inflation élevée, certaines chaînes ont gelé les prix de leurs produits de marque maison.

Quelles initiatives de ce type ont été mises en œuvre par Walmart?

**M. Gonzalo Gebara:** Tout d'abord, permettez-moi de dire, une fois de plus, que Walmart Canada ne fait pas partie des entreprises qui font des profits records en cette période d'inflation. Comme je l'ai déjà dit, nos profits ont diminué l'année dernière par rapport à l'année précédente.

L'autre chose que je dirai, c'est que nous menons nos affaires et nous collaborons avec nos fournisseurs de différentes façons — de manière très transparente et sans lien de dépendance — afin de pouvoir tenir notre promesse et atteindre notre objectif tout en permettant aux Canadiens d'économiser de l'argent pour qu'ils puissent mieux vivre.

**Mme Rechie Valdez:** Je vous pose ma dernière question. J'ai récemment vu un article dans lequel on rapportait que Walmart faisait

payer ses clients trop cher à cause d'une erreur de lecture des prix. Dans certains cas, le problème faisait en sorte que le prix d'un article était supérieur de 5 à 10 % par rapport au prix affiché. Il s'agit d'un cas où le prix à la caisse ne correspond pas au prix en rayon.

Pourriez-vous nous en dire plus à ce sujet?

**M. Gonzalo Gebara:** Pour toute erreur à la caisse, nous avons une pratique et une politique très strictes. L'erreur doit être corrigée immédiatement à la caisse afin que nous puissions respecter les prix affichés sur les tablettes. Nous disposons d'une technologie différente. Nous continuons à investir pour réduire les risques d'erreurs de prix afin de pouvoir continuer à faire des affaires en toute confiance et en toute transparence auprès de nos clients.

**Mme Rechie Valdez:** Merci.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Merci beaucoup, madame Valdez.

C'est maintenant au tour de M. Perron, qui dispose de deux minutes et demie.

[Français]

**M. Yves Perron:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Gebara, vous dites depuis le début de la réunion vouloir beaucoup de transparence. Pourtant, en tout respect, vos réponses sont un peu opaques. Vous dites notamment que votre marge de profit sur les produits d'alimentation est plus faible que pour les autres produits. Êtes-vous capable de nous donner une idée de la proportion que cela représente sur l'ensemble de vos produits?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Encore une fois, nous avons différentes catégories. Je répète que nos marges sur les produits alimentaires sont inférieures à celles sur les marchandises générales, mais il s'agit là de renseignements confidentiels sur le plan de la concurrence.

[Français]

**M. Yves Perron:** Je vous remercie, monsieur Gebara. Je comprends que je n'aurai pas d'autre réponse à ce sujet.

Pour en revenir aux frais que vous imposez à vos fournisseurs, vous avez fait allusion au développement d'infrastructures. Qu'est-ce que ces frais vous ont permis de payer? Quand vous avez demandé à vos fournisseurs de réduire leurs propres marges de profit pour payer vos infrastructures, quelles étaient les dépenses?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Nous avons annoncé un programme visant à investir 3,5 milliards de dollars sur le marché canadien pour la croissance et les possibilités de croissance. Ces investissements prendront la forme de nouvelles technologies pour nos capacités omnicanales. Il s'agira d'améliorer notre réseau de la chaîne d'approvisionnement et d'investir afin qu'il soit adapté aux nouvelles façons dont les Canadiens font des achats, que ce soit en ligne ou en magasin. Nous avons invité...

• (1920)

[Français]

**M. Yves Perron:** Votre réponse est encore trop générale.

Je passe à un autre sujet. Tantôt, M. MacGregor a fait allusion au salaire de vos employés. Si certains de vos employés voulaient se syndiquer, y seriez-vous favorable? Pourriez-vous accepter la syndicalisation des employés dans vos magasins?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je l'ai dit, notre personnel est l'élément le plus important de notre organisation. Nous collaborons avec nos associés de manière à leur offrir un environnement très sûr et agréable. En même temps, nous respectons...

**Le vice-président (M. John Barlow):** Monsieur Perron, votre temps est écoulé. Merci.

M. MacGregor pourra peut-être revenir sur la question de la syndicalisation. Je m'en remets à lui.

Monsieur MacGregor, vous disposez de deux minutes et demie.

**M. Alistair MacGregor:** Très rapidement, monsieur Gebara, votre entreprise a eu des relations très difficiles avec les travailleurs qui ont tenté de se syndiquer dans le passé. Je pense que la direction a fermé certains magasins parce que des travailleurs avaient essayé de se syndiquer.

Que penseriez-vous si vos travailleurs actuels essayaient d'adhérer à un syndicat à grande échelle et de déployer des efforts en ce sens? Quelle serait la réaction du conseil d'administration?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme je le disais, monsieur MacGregor, nous soutenons nos associés de bien des façons, en leur offrant un environnement propice au développement et en leur versant des salaires très concurrentiels. Nous pensons avoir, et nous avons, un dialogue très ouvert, honnête et direct avec nos associés. En même temps, je comprends que chaque individu a le choix de s'adresser à une organisation. Nous respectons la décision de chacun.

**M. Alistair MacGregor:** D'accord. Nous allons devoir en rester là.

J'ai mentionné plus tôt que de nombreux Canadiens vivent une crise de confiance à l'égard des grands détaillants en alimentation. Cela n'apparaît pas de nulle part. En 2017, votre entreprise a été accusée d'avoir conspiré avec d'autres détaillants pour fixer le prix du pain. Le Bureau de la concurrence nous a confirmé que les enquêtes sont en cours. Certaines d'entre elles sont de nature criminelle. Nous avons bien sûr entendu Mme Rood. Elle nous a raconté l'expérience de bon nombre de nos producteurs et transformateurs. Nous recevons des renseignements des deux côtés.

Je pense qu'il incombe aux grandes entreprises comme la vôtre de résoudre cette crise de confiance. Dans les 30 secondes qu'il me reste, j'aimerais que vous répondiez à ma question. Comment, en tant que président et chef de la direction depuis relativement peu de temps, allez-vous la résoudre? Je pense que la population canadienne a droit à un peu plus que ce que nous offrent les grands détaillants comme le vôtre.

**M. Gonzalo Gebara:** Oui. Comme je l'ai dit, monsieur MacGregor, il s'agit de négociations honnêtes, transparentes et sans lien de dépendance avec nos fournisseurs.

Chez Walmart, nous respectons toujours la loi. Nous respectons toujours la réglementation. Nous avons notre propre code de conduite pour gérer notre entreprise de la bonne manière. C'est ce que nous nous engageons à faire chaque jour pour nous assurer que nous pouvons continuer à offrir des bas prix à nos clients.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Merci, monsieur Gebara.

Merci, monsieur MacGregor.

Nous passons maintenant aux deux dernières interventions. Elles sont de cinq minutes chacune — pour les conservateurs et les libé-

raux. Si vous ne voulez pas utiliser les cinq minutes au complet, n'hésitez pas à me le dire.

Je cède la parole à M. Lehoux pour cinq minutes.

[Français]

**M. Richard Lehoux (Beauce, PCC):** Merci, monsieur le président.

Monsieur Gebara, merci d'être des nôtres.

D'après votre expérience dans différents pays, les coûts sont difficilement comparables. En ce qui a trait au transport, les coûts sont-ils plus élevés au Canada? Je vous demande une réponse simple: oui ou non.

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Les réseaux de chaînes d'approvisionnement ne sont pas comparables parce qu'ils sont différents, en fonction de la structure des réseaux que nous avons dans différents pays et avec différentes entreprises. Le fonctionnement du réseau est complètement différent d'un endroit à l'autre.

• (1925)

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Monsieur Gebara, ma question est en lien avec le coût du transport. Le coût du transport est-il plus élevé au Canada que dans les autres pays où vous avez œuvré?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Comme j'essayais de le dire, il y a différentes façons d'analyser les coûts. Je pense qu'il est difficile de faire une comparaison parce qu'il y a différentes composantes.

Dans un souci de transparence, permettez-moi de renvoyer la question à l'équipe et de revenir sur ce point.

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Le Comité vous remercie, monsieur Gebara.

En pourcentage, combien de vos produits alimentaires sont achetés dans le cadre d'accords négociés avec des fournisseurs par rapport à ceux achetés aux cours du marché?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Excusez-moi, mais pouvez-vous répéter la question, s'il vous plaît?

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Quelle est la proportion des produits alimentaires emballés que vous achetez dont le prix est négocié directement avec des fournisseurs? Quelle est la différence par rapport à l'achat de produits frais? Il y a sûrement une différence; pouvez-vous l'expliquer rapidement?

[Traduction]

**M. Gonzalo Gebara:** Comme vous le savez, nos activités sont très vastes. Les produits alimentaires représentent moins de 50 % de nos activités.

[Français]

**M. Richard Lehoux:** Je vous remercie et je passe maintenant la parole à Mme Rood.

[Traduction]

**Mme Lianne Rood:** Merci.

Monsieur Gebara, nous savons comment les aliments canadiens sont produits. Nos agriculteurs et nos producteurs fournissent aux Canadiens des aliments produits de façon éthique et durable, cultivés selon des normes élevées. Lorsque je me rends dans vos magasins, je constate souvent qu'on y trouve plus de produits importés que de produits canadiens.

En quoi le fait de favoriser les importations et de se procurer des produits à l'extérieur aide-t-il les Canadiens?

Ensuite, avez-vous des initiatives pour soutenir les producteurs locaux?

**M. Gonzalo Gebara:** Pour pouvoir remplir notre objectif, nous croyons que nous sommes des agents de nos clients. Nous essayons de nous approvisionner à la fois d'une manière responsable et de façon à offrir des bas prix.

Dans le cas du Canada, nous entretenons de très bonnes relations avec plus de 2 000 fournisseurs locaux. Nous nous approvisionnons pour plus de 20 milliards de dollars auprès de fournisseurs locaux. Nous avons un très bon programme.

**Mme Lianne Rood:** Monsieur Gebara, privilégiez-vous donc les produits des agriculteurs canadiens par rapport aux produits agricoles importés?

**M. Gonzalo Gebara:** Oui. Pour l'essentiel, nos produits proviennent de sources locales.

**Mme Lianne Rood:** Je vais passer à ma deuxième question. Au cours de votre carrière chez Walmart, vous avez créé la division des renseignements d'affaires et de l'analyse des données.

Votre chaîne d'épicerie stocke-t-elle des quantités massives de données sur les clients et les vend-elle à des tiers?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme vous le savez, je suis arrivé en poste il y a seulement deux mois. Je n'ai pas été informé de cela.

Honnêtement, ce n'est pas ce que nous faisons. L'analyse des données consiste à analyser l'entreprise afin de pouvoir avoir une meilleure proposition de valeur pour le client.

Encore une fois, il faudra que je transmette cette question à mon équipe et que je vous revienne là-dessus, madame Rood, avec une réponse très claire.

**Mme Lianne Rood:** Merci.

Les frais liés au développement des affaires dont nous avons parlé sont-ils utilisés pour recueillir des renseignements sur les clients et financer le développement de technologies permettant de prévoir le comportement des consommateurs?

**M. Gonzalo Gebara:** Ils sont utilisés pour améliorer la façon dont nous pouvons communiquer avec les clients afin de continuer à développer nos activités avec nos fournisseurs.

**Mme Lianne Rood:** Merci beaucoup.

Je crois que mon temps est presque écoulé.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Oui.

Merci beaucoup, madame Rood, merci beaucoup, monsieur Lehoux.

C'est maintenant au tour de M. Louis, qui dispose de cinq minutes.

**M. Tim Louis (Kitchener—Conestoga, Lib.):** Monsieur Gebara, merci de votre présence.

Un ancien président de Walmart Canada a déclaré qu'à son avis, il y avait une saine concurrence sur le marché. On nous dit qu'il peut y avoir de la concurrence entre quelques entreprises sur le marché, mais seulement cinq épiciers vendent plus de 80 % de tous les aliments que nous consommons au Canada. Il s'agit de Loblaws, Sobeys, Metro, Walmart et Costco. La plupart d'entre eux sont venus témoigner, et nous vous remercions de votre présence aujourd'hui.

Vous avez une relation avec vos clients, mais vous avez aussi une relation avec vos fournisseurs. Il s'agit d'entreprises et d'agriculteurs canadiens. Ce que nous indiquent les questions et les électeurs, c'est qu'on a tendance à mettre les fournisseurs sous pression. Vous imposez de plus en plus de frais qui compliquent la vie des fournisseurs et des fabricants de produits alimentaires simplement en raison de la taille de votre entreprise, et il semble que ces frais ne cessent de se multiplier. Si mettre les fournisseurs canadiens sous pression est une façon de faire économiser de l'argent à votre entreprise, ces fournisseurs sont les mêmes Canadiens qui peuvent faire leurs achats dans vos magasins, et cela devient maintenant une question d'équité.

Vous avez dit que les frais que vous imposez aux fournisseurs sont planifiés, mais à mon avis, cela ne rend pas la situation acceptable et je voulais donc que l'on clarifie les choses.

Walmart impose-t-elle une amende pour les livraisons qui ne sont pas effectuées à temps?

● (1930)

**M. Gonzalo Gebara:** En ce qui concerne la concurrence, je pense qu'elle est très forte dans le marché canadien. J'ai été dans différents marchés et je pense que c'est un marché très concurrentiel...

**M. Tim Louis:** Comme le temps presse, je vais passer à l'autre question.

Savez-vous si vous imposez des amendes pour les livraisons qui ne sont pas effectuées à temps?

**M. Gonzalo Gebara:** Nous avons différentes conditions... Nous préférierions ne pas imposer de frais, bien sûr. Nous souhaiterions que chacun de nos fournisseurs respecte ses engagements. Nous avons différents types de frais, parce que travailler dans de telles conditions, c'est difficile pour l'ensemble du réseau de la chaîne d'approvisionnement.

**M. Tim Louis:** Accordez-vous un crédit aux entreprises si la livraison est en attente pour le déchargement? Parfois, on attend pendant des heures. Cela semble aller dans les deux sens.

**M. Gonzalo Gebara:** Oui, mais nous ne le faisons pas.

**M. Tim Louis:** Faites-vous payer aux fournisseurs des frais de listage pour que leurs produits soient sur vos tablettes?

**M. Gonzalo Gebara:** Non. Comme je l'ai dit, nous menons nos affaires de façon très transparente et la plupart des frais que nous facturons sont liés aux coûts opérationnels.

**M. Tim Louis:** Je crois que nous avons entendu aujourd'hui que vous aviez ajouté des frais de service aux livraisons afin de financer l'agrandissement de magasins et la construction de nouveaux centres de distribution.

Pouvez-vous nous expliquer pourquoi les fournisseurs sont obligés de payer ces frais pour que vous puissiez construire de nouvelles installations? Je ne suis pas sûr d'avoir bien compris votre explication.

**M. Gonzalo Gebara:** Ce qui a été déterminé dans le passé, c'est que nous prévoyions une forte croissance sur la base de notre investissement — comme je l'ai dit — de 3,5 milliards de dollars pour accroître nos activités et celles de nos partenaires fournisseurs. Cette invitation était liée à cette occasion de croissance.

**M. Tim Louis:** Au début du mois de mars, les chefs de la direction des trois plus grandes chaînes d'épicerie du Canada — Empire, Loblaws et Metro — ont expliqué qu'ils participaient à la création d'un code de conduite. Encore une fois, l'ancien président de Walmart Canada a déclaré qu'il n'appuierait pas un code de conduite pour les épiceries.

Je ne sais pas si vous avez changé d'avis, mais dans quelle mesure participez-vous à l'élaboration d'un code? Participez-vous aux discussions? Vous avez dit que vous veniez de recevoir des renseignements, mais êtes-vous prêt à vous asseoir à la table?

Compte tenu de votre expérience dans l'industrie, quelles dispositions seraient essentielles pour que vous participiez à ce processus ou quelles dispositions feraient en sorte que vous rejetiez un tel code?

**M. Gonzalo Gebara:** Comme vous l'avez très bien dit, nous venons tout juste de recevoir une première ébauche de ce code. Nous commençons à participer activement aux discussions sur le code. Je reconnais que dans le passé, nous n'avons pas participé, mais nous sommes prêts à le faire maintenant.

**M. Tim Louis:** D'accord. Je vous remercie de cette information.

Merci, monsieur le président.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Merci beaucoup, monsieur Louis.

Je remercie notre témoin.

Monsieur Gebara, vous vous êtes engagé à présenter deux ou trois éléments d'information au Comité. Il y avait la comparaison des coûts de transport entre le Canada et les États-Unis, et il y avait aussi votre mandat concernant la collecte de données. Je vous rappelle simplement de présenter ces renseignements au Comité lorsque vous les aurez.

J'ai une petite question, monsieur Gebara. Walmart a-t-elle participé aux négociations sur le code de conduite qui sont en cours au Royaume-Uni, par exemple?

**M. Gonzalo Gebara:** Je ne suis pas au courant. Je crois savoir que oui, mais il faudra que je le confirme.

**Le vice-président (M. John Barlow):** Merci beaucoup à tous. Nous allons suspendre la séance pendant deux ou trois minutes. Nous reviendrons ensuite et siégerons à huis clos.

Monsieur Gebara, merci d'avoir pris le temps de comparaître devant le Comité aujourd'hui. Nous vous remercions de vos observations et des renseignements que vous nous avez fournis.

Nous reprendrons dans environ cinq minutes.

*[La séance se poursuit à huis clos.]*





Publié en conformité de l'autorité  
du Président de la Chambre des communes

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la Loi sur le droit d'auteur. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre des communes.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la Loi sur le droit d'auteur.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

---

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes à l'adresse suivante :  
<https://www.noscommunes.ca>

Published under the authority of the Speaker of  
the House of Commons

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

The proceedings of the House of Commons and its committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the Copyright Act. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the Copyright Act.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

---

Also available on the House of Commons website at the following address: <https://www.ourcommons.ca>