



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

44^e LÉGISLATURE, 1^{re} SESSION

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 087

Le jeudi 7 décembre 2023

Président : M. Kody Blois



Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Le jeudi 7 décembre 2023

• (0815)

[Traduction]

Le président (M. Kody Blois (Kings—Hants, Lib.)): La séance est ouverte.

Chers collègues, bienvenue à la 87^e réunion du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes.

J'aimerais commencer par faire quelques rappels. La réunion d'aujourd'hui se déroule selon une formule hybride. Les délibérations sont diffusées sur le site Web de la Chambre des communes. Comme tout le monde le sait, la diffusion Web montrera toujours la personne qui parle, plutôt que l'ensemble du Comité. Bien sûr, les captures d'écran ne sont pas permises.

Je vais sauter le reste. Vous savez tous pourquoi nous sommes ici.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le jeudi 19 octobre 2023, le Comité reprend son étude des efforts de stabilisation du prix des aliments.

J'aimerais souhaiter la bienvenue aux témoins qui sont avec nous aujourd'hui. Pendant la première heure, nous accueillons M. Gonzalo Gebara, président et chef de la direction de La Compagnie Wal-Mart du Canada. Il se joint à nous par vidéoconférence ce matin. Bienvenue, monsieur Gebara.

Nous allons accorder cinq minutes pour les déclarations préliminaires. Je vais faire preuve d'un peu de souplesse. Si vous avez besoin d'un peu plus de cinq minutes, cela conviendra, monsieur Gebara. Nous passerons ensuite aux questions et nous y consacrerons une heure.

M. Weston sera avec nous pendant la deuxième heure.

Monsieur Gebara, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Gonzalo Gebara (président et chef de la direction, La Compagnie Wal-Mart du Canada): Merci, monsieur le président.

Bonjour à tous les membres du Comité.

[Français]

Je vous remercie de nous donner l'occasion de comparaître une fois de plus devant ce comité pour discuter du leadership de Walmart en matière de prix alimentaires.

[Traduction]

Nous sommes ici pour vous faire part des efforts que nous avons déployés pour offrir aux Canadiens nos bas prix de tous les jours, nos EDLP. Walmart a toujours été un joueur perturbateur parmi les épiceries canadiennes. Ce constat est souligné dans la récente étude du marché de l'alimentation réalisé par le Bureau de la concurrence

qui mentionne que notre arrivée sur le marché canadien a offert une option supplémentaire aux consommateurs et poussé nos concurrents à baisser leurs prix.

Nous avons récemment publié sur notre site Web une étude réalisée par Deloitte à notre demande. Cette étude révèle que l'ouverture d'un magasin Walmart dans une grande région métropolitaine du Canada entraîne une baisse du prix d'un panier général de biens de consommation, ce qui permet aux familles canadiennes de ces régions d'économiser près de 1 000 \$ par an, quel que soit l'endroit où elles font leurs achats.

Si vous faites vos achats chez Walmart, vous savez que nous nous distinguons de nos concurrents par notre stratégie des EDLP. De récents reportages ont mis en lumière les importantes économies réalisées par les Canadiens qui magasinent chez Walmart. Comme je l'ai souligné lorsque j'ai comparu pour la première fois devant le Comité en mars, notre stratégie des EDLP consiste à offrir des prix constamment bas à nos clients de sorte qu'ils ne sont pas obligés d'attendre des soldes. Cela signifie que les clients peuvent avoir la certitude que les prix seront toujours bas chez Walmart. Notre engagement à maintenir des prix bas est tel qu'une mesure interne clé de notre réussite est l'écart des prix, c'est-à-dire la différence entre nos prix et ceux de nos concurrents.

Au cours des 18 derniers mois, alors que les prix des aliments augmentaient partout au Canada, nous avons poursuivi nos efforts pour conserver un écart de prix nettement inférieur à celui de nos concurrents. Pendant cette période de forte inflation, nous avons fait preuve de diligence pour maintenir nos prix à un niveau stable dans la mesure du possible et, dans certains cas, nous les avons baissés. Pour y arriver, nous avons parfois été obligés d'absorber des augmentations de coûts ou de refuser des augmentations de coûts injustifiées de la part de nos fournisseurs. Pour vous donner une idée de l'importance de la situation, l'an dernier, Walmart a reçu six fois plus de demandes d'augmentation des coûts de la part des fournisseurs comparativement aux niveaux d'avant la pandémie.

Dans votre dernière étude sur l'inflation des prix alimentaires, des experts de l'industrie vous ont dit que de nombreux facteurs contribuent à cette inflation bien avant que les produits se retrouvent sur les tablettes des épiceries. Comme l'a signalé le Conseil canadien du commerce de détail cet automne, plus de 70 % du prix final sur les tablettes représente le coût imposé par les fournisseurs. La majorité du 30 % qui reste est consacré aux dépenses normales d'exploitation d'une épicerie.

Les politiques et les règlements du gouvernement, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement, les conflits à l'étranger, les pénuries de main-d'œuvre au pays et les changements climatiques ont également des effets inflationnistes, non seulement sur le coût des denrées alimentaires pour les fournisseurs, mais aussi sur les coûts d'exploitation des épiciers. Ce contexte est important, mais, en fin de compte, nous savons que les Canadiens veulent des solutions.

Je vais vous donner quelques exemples des efforts faits dans l'ensemble de notre entreprise pour lutter contre l'inflation au cours des 18 derniers mois. Nous avons beaucoup investi dans notre gamme de produits de marque privée Walmart qui offre 3 000 produits alimentaires et de consommation économiques. Les Canadiens peuvent compter sur les marques Walmart pour économiser en moyenne 33 % par rapport aux marques nationales dans nos magasins. Nous avons élargi notre programme à 97 ¢ pour offrir une gamme de produits de base pour le garde-manger à moins d'un dollar en absorbant d'importantes augmentations de coûts de la part des fournisseurs. Nos programmes promotionnels, comme Chute de prix et Économisez maintenant, offrent des économies d'environ 10 à 40 % sur des milliers d'articles. Cette année, pendant la période des Fêtes, nous avons lancé ces programmes encore plus tôt que l'an dernier. Pour l'Action de grâces cette année, nous avons offert un repas à un prix inférieur à celui de l'an dernier. Nous avons lancé nos Journées des dollars de décembre pour promouvoir des milliers d'articles à moins de 10 \$ afin de répondre aux besoins de nos clients pendant la période des Fêtes.

Dans les mémoires que nous avons présentés au ministre Champagne et à votre comité, nous avons formulé des recommandations stratégiques qui pourraient aider le gouvernement à stabiliser et même à faire baisser le prix des denrées alimentaires. Il s'agit notamment de renforcer le Bureau de la concurrence afin d'examiner la concurrence dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, y compris les fournisseurs; d'harmoniser les exigences réglementaires afin de réduire le coût des produits pour les consommateurs; d'élaborer une stratégie sur la main-d'œuvre dans la chaîne d'approvisionnement; et de prioriser les organismes de développement régionaux pour aider à renforcer la capacité de fabrication canadienne dans les secteurs clés de l'alimentation, notamment les pâtes, les haricots, les aliments surgelés, l'emballage des viandes et les préparations pour nourrissons.

Toute la chaîne de valeur doit être tenue de contribuer à la baisse du prix des denrées alimentaires pour les Canadiens. Cela comprend les fabricants, les producteurs, les fournisseurs, les détaillants et les gouvernements. Comme l'a dit notre fondateur, Sam Walton: « Si nous travaillons ensemble, nous réduirons le coût de la vie pour tous. »

Permettez-moi de vous assurer, monsieur le président, que plus de 100 000 associés de Walmart du Canada travaillent fort chaque jour pour atteindre l'objectif de réduire le coût de la vie pour les Canadiens.

• (0820)

Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions.

Merci beaucoup.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Gebara.

Je vous souhaite de nouveau la bienvenue au Comité. Je crois que vous avez déjà comparu, mais si je me trompe, vous pouvez al-

terner entre l'anglais et le français pour l'interprétation à mesure que les questions sont posées.

Nous allons commencer notre période de questions avec les conservateurs.

Madame Rood, vous avez la parole pour six minutes.

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

Merci, monsieur Gebara, d'être avec nous aujourd'hui.

Monsieur, comme vous le savez, j'ai ardemment appuyé l'établissement du Code de conduite des épicerie, et nous en avons beaucoup entendu parler dans les médias dernièrement, surtout parce que votre entreprise n'a pas encore accepté de signer ce code. À l'étape où nous en sommes, l'acceptation du Code de conduite est volontaire, mais si toutes les grandes chaînes n'y adhèrent pas, il est possible que les provinces décident de rendre l'adhésion obligatoire, plutôt que volontaire.

Je me demande si vous pourriez expliquer au Comité pourquoi vous n'avez pas signé le Code et ce qu'il faudrait faire pour obtenir votre signature.

M. Gonzalo Gebara: Comme je l'ai dit la dernière fois que nous nous sommes rencontrés, nous sommes très engagés dans les discussions entourant le Code et nous essayons d'en comprendre les différentes dispositions. Sous sa forme actuelle, nous estimons que le Code n'est pas qu'il doit être pour que nous acceptions de le signer, et nous sommes prêts à poursuivre les discussions et l'examen des différentes dispositions pour nous assurer qu'il aidera les consommateurs à obtenir des prix plus bas. Comme vous le savez très bien, offrir des bas prix, c'est ce que nous faisons chez Walmart, et c'est pourquoi nous voulons nous assurer que le Code comporte toutes les dispositions et conditions qui nous permettront de poursuivre nos activités et d'offrir de bas prix de tous les jours à nos clients dans l'ensemble du Canada.

Mme Lianne Rood: Merci.

Plus tôt cette année, le ministre de l'Environnement a demandé des observations sur l'élaboration d'un plan de prévention de la pollution, ou plan P2, un avis de planification de la prévention de la pollution pour les emballages primaires en plastique pour les aliments. J'aimerais savoir si votre entreprise a participé à ces consultations sur le projet d'interdiction des plastiques pour les aliments frais. Pourriez-vous nous donner une idée de ce que cela signifiera pour les consommateurs et la vente au détail? Le prix des aliments augmentera-t-il si une interdiction du plastique est imposée pour les aliments frais à l'épicerie?

M. Gonzalo Gebara: Tout d'abord, Walmart collabore activement à la consultation d'Environnement et Changement climatique Canada sur le projet du plan P2.

Walmart a annoncé publiquement il y a plusieurs années qu'elle est une entreprise régénératrice et qu'elle avait des objectifs très ambitieux en matière d'emballages réutilisables et recyclables, qu'elle s'assurait que tous les emballages qu'elle utilisait étaient industriellement compostables et qu'elle s'engageait à réaliser cet ambitieux objectif d'être une entreprise régénératrice.

Lors de récentes discussions avec le ministère, nous avons été encouragés à continuer de discuter de ces dispositions. Je dirais qu'à l'étape où nous en sommes, il est trop tôt pour savoir ce que seront les résultats, mais il est certain qu'il faut examiner de manière plus détaillée les incidences qu'auront ces dispositions sur les prix.

• (0825)

Mme Lianne Rood: Merci.

Nous savons que l'étiquetage frontal va coûter 2 milliards de dollars. Avez-vous une idée...? Je sais que vous avez dit que vous ignorez ce que seront les coûts. Dans les magasins eux-mêmes, je crois comprendre que vous réduisez les déchets de plastique, et c'est excellent, c'est très louable. Je pense que nous sommes tous d'accord avec cela. C'est simplement que l'interdiction du plastique dans l'industrie des fruits et légumes frais... Savez-vous ce que pourrait être l'incidence sur le coût des aliments si tout à coup...? Certains produits vendus en magasin viennent de pays lointains, ils sont transportés par navire. Il s'écoule parfois des semaines avant qu'ils arrivent aux points de vente au détail, et c'est pourquoi le plastique est très important pour conserver la fraîcheur des aliments.

Tant que nous n'aurons pas une solution de rechange viable au plastique sur le plan commercial, combien cela coûtera-t-il aux consommateurs de votre côté? Je suppose qu'il y aurait beaucoup plus de déchets alimentaires dans les magasins si les denrées qui arrivent au pays se gâtent beaucoup plus rapidement parce qu'elles ne sont pas emballées dans le plastique qui les préserverait jusqu'à ce qu'elles parviennent aux consommateurs.

M. Gonzalo Gebara: Comme je l'ai dit, nous évaluons les nouvelles conditions. Walmart effectue un suivi très serré de la chaîne d'approvisionnement et des coûts afin de s'assurer que son réseau est le plus efficace possible. Le transport des fruits, des légumes et de produits frais dans l'ensemble du Canada est compliqué en soi en raison de notre géographie. Je crois aussi que nous devrions tous être très ambitieux en matière de régénération et avoir de grands objectifs pour améliorer la planète. Nous allons essayer de continuer à collaborer à ces discussions.

Encore une fois, je suis persuadé que nous ferons preuve de créativité et que nous trouverons des solutions dans le cadre de ce processus, afin de garantir que...

Mme Lianne Rood: Merci beaucoup.

Pensez-vous que l'échéancier proposé par le gouvernement libéral pour l'interdiction des plastiques est réaliste?

M. Gonzalo Gebara: Excusez-moi. Pourriez-vous répéter la question?

Mme Lianne Rood: L'échéancier proposé par le gouvernement pour l'interdiction des plastiques — dans deux ans — est-il réalisable, oui ou non?

M. Gonzalo Gebara: C'est compliqué, mais nous ferons de notre mieux.

Mme Lianne Rood: Le premier ministre vous a récemment demandé de venir ici. Je me demande quelles recommandations précises vous avez présentées au gouvernement. A-t-on donné suite à ces recommandations?

M. Gonzalo Gebara: Il est de notoriété publique que nous étions ici il y a plusieurs semaines. Nous avons eu des discussions très collaboratives sur l'importance de travailler ensemble pour

trouver des façons de réduire les prix. Nous avons tous présenté différentes idées et différents plans pour arriver à stabiliser les prix à l'approche de la période des Fêtes.

Le président: Merci beaucoup, madame Rood et monsieur Gebara.

Nous allons donner la parole à M. MacDonald pour six minutes.

M. Heath MacDonald (Malpeque, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci, monsieur Gebara, d'être ici aujourd'hui.

De toute évidence, nous avons dû relever de nombreux défis au cours des deux ou trois dernières années, alors qu'il y avait des problèmes dans la chaîne d'approvisionnement dans le monde entier.

Maintenant que nous nous éloignons de la pandémie, nous constatons qu'il y avait encore, jusqu'à tout récemment, certaines fluctuations des prix, principalement à la hausse. L'une des excuses était les problèmes liés au transport pendant la pandémie. Je me demande pourquoi le prix des aliments ne suit pas l'inflation à la baisse, alors que la pandémie et des problèmes que nous avons connus pendant les deux dernières années et demie s'atténuent.

M. Gonzalo Gebara: Merci beaucoup, monsieur MacDonald.

Comme je l'ai dit dans ma déclaration préliminaire, les prix reposent sur de nombreux facteurs. Même si certaines parties de la chaîne d'approvisionnement ont été stabilisées, certaines ne le sont pas encore. Le niveau de production des principaux produits de base dans les différentes régions du monde n'est pas encore constant. Il y a encore des enjeux géopolitiques mondiaux. Ces éléments ont également une incidence sur les coûts de la chaîne d'approvisionnement. Il est certain que la chaîne d'approvisionnement est plus stable qu'elle ne l'était il y a deux ans, mais elle n'a pas encore atteint le niveau où nous verrions une baisse spectaculaire des prix.

Je l'ai dit il y a quelques minutes, le prix des produits sur les tablettes repose sur plusieurs différents coûts et prix dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et de la chaîne de création de valeur.

• (0830)

M. Heath MacDonald: Merci.

En mars dernier, si je me souviens bien, Walmart a exprimé sa volonté de participer au Code de conduite des épiceries. Puis, il semble qu'il y ait eu un changement en octobre. Selon une publication du *Financial Post*, Walmart était hésitante.

Pouvez-vous nous expliquer pourquoi Walmart a changé d'avis?

M. Gonzalo Gebara: En mars, j'ai dit ici que nous étions prêts à participer à l'analyse de toutes les dispositions du Code pour nous assurer que l'environnement serait propice aux activités commerciales — avec les producteurs, les agrégateurs, les fournisseurs, les distributeurs et les détaillants — afin que nous, Walmart, puissions offrir aux consommateurs canadiens les prix les plus bas possible. Nous avons été très actifs dans les discussions sur le Code. C'est simplement que nous ne sommes pas en mesure, pour l'instant, de nous engager à le respecter.

Nous voulons encore que certaines dispositions soient plus claires.

M. Heath MacDonald: Selon une étude canadienne publiée ce matin, deux Canadiens sur trois sont d'avis que le Code de conduite des épiceriers est une bonne idée. Elle indique que si les épiceriers ne veulent pas respecter un code de conduite, jusqu'à 70 % des Canadiens seraient favorables à ce qu'un tel code soit imposé aux détaillants.

Vous parlez à une salle pleine de politiciens qui, de toute évidence, subiront des pressions de la part de leurs électeurs. Que pouvez-vous nous dire alors que nous constatons que Walmart hésite à adhérer au Code de conduite des épiceriers? Comment pouvons-nous transmettre ce message à nos électeurs qui, au cours des dernières années et en raison de tous les problèmes dont vous avez parlé, ont connu beaucoup de difficultés, y compris à l'égard du prix de l'épicerie?

M. Gonzalo Gebara: Je dirais, je vous en prie, continuez de nous inviter à ces séances et aidez-nous à participer aux discussions, parce que c'est dans notre ADN d'offrir de bas prix. Nous pensons qu'en collaborant, nous arriverons à établir les dispositions nécessaires pour que les prix soient plus bas au Canada. Ce que je demanderais, ce serait de continuer à nous inclure dans ces discussions.

M. Heath MacDonald: Pensez-vous, monsieur Gebara, que les géants de l'alimentation forment un monopole au Canada?

M. Gonzalo Gebara: Non.

M. Heath MacDonald: Pensez-vous que nous devrions nous faire des efforts pour accroître la concurrence dans le secteur de l'alimentation?

M. Gonzalo Gebara: Je pense que la concurrence est toujours bonne. C'est une bonne chose pour les consommateurs. La concurrence améliore l'industrie. À l'échelle mondiale, la concurrence nous apprend beaucoup de choses. Comme vous le savez, Walmart est présente dans plusieurs pays, et nous avons beaucoup appris grâce à la concurrence sur différents marchés et différents...

M. Heath MacDonald: Très rapidement, monsieur Gebara, le taux d'inflation aux États-Unis, où Walmart est évidemment présente, était beaucoup plus élevé qu'au Canada au cours des derniers mois, et il a fluctué dans une certaine mesure. Que pourrions-nous apprendre de ce que vous observez aux États-Unis par rapport au Canada?

M. Gonzalo Gebara: Comme vous le savez, je ne suis responsable que de nos activités au Canada. Je ne suis donc pas très bien placé pour parler de ce qui se passe du côté américain.

M. Heath MacDonald: Merci, monsieur Gebara.

Le président: Merci.

[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 des nôtres ce matin.

Je vous écoute attentivement depuis le début de la séance. Je me souviens bien de la rencontre du mois de mars, où j'ai eu l'impression que vous étiez très ouvert à participer au code de conduite. Je suis peut-être naïf, mais j'ai cru que vous aviez répondu oui. Or, depuis tantôt, vous dites à Mme Rood que le code n'est pas acceptable. En réponse à M. MacDonald, qui se demande comment nous devons interpréter cela, vous dites que nous devons continuer à

vous inviter à participer aux discussions du Comité pour aider à faire baisser les prix.

Monsieur Gebara, vous êtes invité à participer aux discussions sur le code de conduite, mais vous n'êtes pas là. Comment pouvez-vous expliquer aux citoyens que vous ne participez pas aux discussions et que, une fois que le code est presque établi, vous venez en quelque sorte le saboter en refusant d'y adhérer, alors que vous êtes un des acteurs importants sur le marché?

Je veux bien croire à votre bonne foi. Cependant, j'écoute les discussions ce matin et, honnêtement, je pense qu'il y a un problème de crédibilité.

Comment pouvez-vous expliquer cela aux gens qui produisent de la nourriture, aux PME du secteur de la transformation alimentaire et aux citoyens qui ont de la misère à faire l'épicerie?

Quelles sont les prochaines étapes à prévoir pour assurer votre participation à une réglementation saine du marché de l'alimentation? C'est cela, le but.

• (0835)

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Merci beaucoup. Je vais essayer de répondre à chacun des points que vous avez abordés.

Premièrement, j'ai dit en mars que nous voulions participer activement aux discussions afin de mieux comprendre. Ce que j'ai dit il y a quelques instants, c'est que nous avons activement participé aux discussions entourant le Code, et que nous considérons qu'elles sont toujours en cours. Nous avons exprimé notre opinion sur deux ou trois points qui, à notre avis, n'aideront pas à créer un meilleur environnement pour les producteurs, les distributeurs et les détaillants, que ce soit pour mieux gérer les entreprises ou avoir des prix plus bas.

C'est la principale raison pour laquelle nous souhaitons poursuivre les discussions, parce qu'au bout du compte, nous voulons tous la même chose, c'est-à-dire offrir de bas prix aux Canadiens. C'est ce que nous faisons depuis 30 ans au Canada.

[Français]

M. Yves Perron: Merci de votre réponse.

Vous dites que vous y participez activement, mais, selon les échos que nous avons, vous ne voulez pas vous engager plus à fond dans la démarche.

Comment pensez-vous qu'un code de conduite pourrait fonctionner au Canada et au Québec si les détaillants n'y participaient pas tous? Pensez-vous vraiment qu'il serait réaliste de mettre cela en place et de s'attendre à avoir de meilleurs prix pour les citoyens?

Vous dites que le code n'est pas acceptable. Or, un tel code a été mis en place à l'étranger, monsieur Gebara. Il y en a un en Australie et un au Royaume-Uni. Dans les deux cas, il a mené à une diminution des prix.

Comment pouvez-vous nous expliquer que Walmart veuille avoir des prix plus bas, mais ne veuille pas signer l'entente actuelle, sur laquelle la majorité des détaillants sont d'accord?

Je ne comprends pas, monsieur Gebara.

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Je crois que Walmart a été très efficace et très — je dirais — déterminée pour ce qui est d'offrir des prix plus bas aux Canadiens sans code de conduite, alors je ne vois aucun lien direct entre l'existence d'un code de conduite et des prix plus bas. Les 30 dernières années nous apprennent que Walmart du Canada a réussi à faire baisser les prix dans les conditions actuelles.

C'est ce que nous faisons. C'est ce que nous continuerons de faire avec ou sans code. C'est pourquoi nous pensons qu'il faut se demander si le Code est une façon directe d'obtenir des prix plus bas ou non. Voulons-nous que le Code régisse la relation entre les fournisseurs...

[Français]

M. Yves Perron: Excusez-moi de vous interrompre, monsieur Gebara, mais mon temps de parole est limité. Le code a fait ses preuves ailleurs. C'est ce que je viens de vous dire.

Je vais passer à un autre sujet et vous questionner sur la crédibilité que l'on peut donner à vos propos.

Quand vous êtes venu nous voir, une enquête sur les prix en épicerie était en cours. J'ai demandé aux cinq PDG de grandes épiceries qui étaient présents s'ils s'engageaient à divulguer leurs chiffres. Il faut dire que, lorsque nous vous demandons le détail de vos chiffres, vous répondez tous que vous ne pouvez pas nous les donner parce que vous êtes en concurrence. Comme je le disais, le Bureau de la concurrence faisait une étude au même moment, et les cinq représentants m'ont dit qu'ils étaient prêts à donner leurs chiffres au Bureau de la concurrence. Or, dans le rapport du Bureau de la concurrence publié quelques semaines plus tard, celui-ci déplorait d'entrée de jeu le fait que ce n'était pas toutes les entreprises qui avaient fourni leurs chiffres.

Voici donc ma question pour vous: avez-vous fourni vos chiffres au Bureau de la concurrence lorsqu'ils ont été demandés?

• (0840)

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Nous avons fourni des renseignements au Bureau de la concurrence sur les conditions qu'il demandait, oui.

[Français]

M. Yves Perron: Si je vous ai bien compris, toute l'information demandée a été fournie. Est-ce exact?

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Je crois comprendre que nous avons fourni ce qui avait été demandé.

[Français]

M. Yves Perron: Merci.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Perron.

Monsieur MacGregor, vous avez la parole pour six minutes.

[Traduction]

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

Monsieur Gebara, je vous remercie d'être avec nous aujourd'hui.

En septembre, le ministre de l'Industrie a fait grand cas de la réunion qu'il a eue avec tous les présidents et chefs de la direction

afin de discuter des prix des denrées alimentaires et de l'engagement assez ferme du gouvernement libéral.

La question directe que je vous pose, monsieur, est la suivante: cette rencontre a-t-elle entraîné une baisse des prix dans vos épiceries?

M. Gonzalo Gebara: Comme je l'ai dit en mars et depuis que je suis ici avec vous, chez Walmart, nous travaillons pour faire baisser les prix. C'est ainsi que nous abordons le marché.

Lorsque nous sommes venus à Ottawa et que nous avons eu ces conversations et ces interactions, nous nous sommes engagés à continuer de travailler à la réduction des prix et à la mise en oeuvre de nos différents programmes. J'en ai mentionné plusieurs, donc nous insistons sur...

M. Alistair MacGregor: Je suis désolé de vous interrompre, monsieur Gebara. Respectueusement, j'aimerais savoir si cette réunion a entraîné une baisse des prix dans vos épiceries, si des mesures ont été prises à la suite de cette réunion en septembre pour arriver là où nous en sommes aujourd'hui, en décembre?

M. Gonzalo Gebara: Oui, j'allais dire que nous avons pu lancer plusieurs programmes qui ont fait baisser les prix. Comme je l'ai dit, nous avons pu offrir des repas de l'Action de grâce à des prix inférieurs à ceux de l'an dernier.

Tout cela fait partie de la façon dont nous attaquons le marché afin de pouvoir continuer à offrir à nos clients une proposition de valeur fondée sur de bas prix.

M. Alistair MacGregor: Monsieur Gebara, nous vivons aujourd'hui dans un pays où environ sept millions de Canadiens, un nombre record, doivent faire appel aux banques alimentaires en raison du prix élevé des denrées alimentaires. J'imagine que dans le cas d'une entreprise aussi importante que la vôtre, la rémunération des cadres est très généreuse pour une personne qui occupe votre poste, mais je pense qu'il est juste que notre comité pose des questions concernant le prix élevé des denrées alimentaires.

Je sais que, dans ma circonscription, Cowichan—Malahat—Langford, beaucoup de gens qui ont besoin d'aide sont, en fait, des gens qui travaillent à temps plein. Même en travaillant 40 heures par semaine, ils n'arrivent pas à nourrir leur famille.

J'aimerais savoir, en ce qui concerne les employés de Walmart du Canada, et en particulier les employés qui sont au bas de l'échelle... Nous avons maintenant des données qui montrent qu'une famille moyenne de quatre personnes devra consacrer plus de 16 000 \$ à l'alimentation l'année prochaine. Il s'agit d'une augmentation de 700 \$. Pouvez-vous dire avec certitude, monsieur...? Est-ce que certains de vos employés doivent utiliser les banques alimentaires alors qu'ils travaillent chez Walmart du Canada?

M. Gonzalo Gebara: Walmart du Canada considère que ses 100 000 associés et plus sont sa ressource la plus importante. Nous sommes très fiers d'affirmer que nos valeurs sont très fortes et que nos associés nous tiennent à coeur. Cette année, nous avons pu lancer plusieurs programmes afin d'aider nos associés à mieux vivre, car, comme vous le savez très bien, notre objectif est d'aider les gens à économiser et à mieux vivre, et cela inclut nos associés.

Nous avons pu lancer des programmes de santé et...

M. Alistair MacGregor: Je suis désolé. Bien respectueusement, monsieur Gebara, ce n'était pas la question. Je voulais savoir, car vous êtes le représentant de Walmart du Canada et compte tenu de la différence — qui est très bien documentée —, entre la rémunération des dirigeants et celle des employés, si vous pouvez affirmer avec certitude qu'aucun employé à temps plein de Walmart du Canada ne compte sur l'aide d'une banque alimentaire?

M. Gonzalo Gebara: Comme je l'ai dit, nous avons plus de 100 000 associés au Canada, et je ne pourrais pas dire si l'un d'entre eux l'aurait fait. Cependant, je suis convaincu que nous offrons les bonnes conditions pour que nos associés investissent leur temps et leur énergie pour se développer et faire carrière chez Walmart. Encore une fois, c'est ce que nous faisons depuis 30 ans au Canada.

• (0845)

M. Alistair MacGregor: Respectueusement, monsieur, quelle est votre opinion? Si vous aviez un employé, une personne qui travaille 40 heures par semaine dans un de vos magasins, dans la section de l'épicerie, et qui n'est tout de même pas capable de nourrir sa famille avec son salaire à temps plein chez Walmart du Canada, qu'est-ce que cela vous dit? Quelle est votre opinion là-dessus?

M. Gonzalo Gebara: Ce serait quelque chose que nous aimerions régler immédiatement. Comme je l'ai dit, je ne suis pas au courant de cette situation.

M. Alistair MacGregor: Vous n'êtes pas au courant de cette situation. N'avez-vous aucune rétroaction de vos employés?

M. Gonzalo Gebara: Oui, nous en recevons, c'est certain. C'est simplement que je n'ai pas eu ce genre de rétroaction.

M. Alistair MacGregor: Mes collègues ont parlé de la façon dont votre entreprise envisage de ne pas adhérer au Code de conduite des épiceries. Vous avez expliqué vos raisons dans vos réponses, mais beaucoup de gens de l'autre côté de l'équation — les fournisseurs, les producteurs primaires d'aliments — se plaignent depuis longtemps de frais arbitraires et d'une injustice totale, étant donné que le secteur de l'épicerie de détail est tellement concentré.

Pourquoi semblez-vous essayer d'éviter la responsabilité et la transparence dans ces discussions?

M. Gonzalo Gebara: La responsabilité et la transparence font partie de nos valeurs, et c'est fort de ces valeurs que nous travaillons avec nos partenaires fournisseurs depuis 30 ans au Canada — et depuis plus longtemps encore dans le monde entier. La seule chose que j'ai dite à propos du Code, c'est qu'il reste des dispositions dont nous doutons qu'elles créent l'environnement nécessaire pour que nous puissions tous avoir les entreprises voulues pour offrir aux Canadiens les prix les plus bas possible.

Le président: Je vous remercie, monsieur MacGregor.

Je vous remercie, monsieur Gebara.

La parole est maintenant à M. Epp pour cinq minutes.

M. Dave Epp (Chatham-Kent—Leamington, PCC): Je vous remercie, monsieur le président.

Je vous remercie, monsieur Gebara, de votre présence aujourd'hui.

Au cours de la réunion que vous avez eue avec le ministre Champagne, il aurait demandé aux dirigeants des chaînes d'épiceries de stabiliser les prix, tout en soulignant que les mesures prises ne devaient pas forcément faire baisser le prix que les agriculteurs ou les petits fournisseurs reçoivent pour leurs produits.

Si vous êtes censés stabiliser les prix, commençons par quelques hypothèses élémentaires. Convenez-vous qu'il y a des pressions sur les coûts de la chaîne d'approvisionnement?

M. Gonzalo Gebara: Pouvez-vous préciser la question?

M. Dave Epp: Y a-t-il des pressions sur les coûts de la chaîne d'approvisionnement?

M. Gonzalo Gebara: La chaîne d'approvisionnement a naturellement ses coûts. Je ne sais pas... Par rapport à quoi — aux périodes précédentes, au début de l'année? La chaîne d'approvisionnement est un écosystème très complexe dont le fonctionnement est très coûteux. Elle compte de nombreux participants qui supportent ce coût de fonctionnement.

M. Dave Epp: Vous avez déclaré être préoccupé par le fait que le Code ne fournit pas à Walmart l'environnement voulu pour lui permettre d'offrir tous les jours des prix bas. Toutefois, d'après les allégations portées, c'est Walmart qui exerce ces pressions sur ses fournisseurs.

Que répondez-vous à cela? En quoi le gouvernement échoue-t-il à mettre en œuvre un code qui vous permette de proposer tous les jours des prix bas, mais en traitant les fournisseurs de manière équitable?

M. Gonzalo Gebara: Je ne pense pas que nous traitons nos fournisseurs autrement que de manière équitable, transparente et indépendante. En fait, nous sommes fiers de notre capacité de planifier avec nos fournisseurs. Nous les informons de nos prévisions afin qu'ils puissent organiser leurs chaînes et leurs capacités de production pour se préparer à faire face à nos demandes.

Je suis encore nouveau au Canada, mais je travaille chez Walmart depuis 23 ans. Nous entretenons d'excellentes relations avec nos fournisseurs dans le monde entier. Le Canada ne fait pas exception.

M. Dave Epp: Walmart était propriétaire d'ASDA au Royaume-Uni et a donc dû suivre un code de conduite des épiceries pendant plus de 11 ans, et ce avec succès, si j'ai bien compris. Si ce n'est pas le cas, n'hésitez pas à me contredire.

Qu'est-ce qui pose des problèmes à Walmart dans la manière dont le gouvernement gère la mise en œuvre d'un code de conduite du secteur des produits d'épicerie, alors que le code de conduite britannique ne vous a pas posé de problème?

M. Gonzalo Gebara: Je suis désolé. J'ai beau travaillé depuis longtemps chez Walmart, je...

M. Dave Epp: Vous mettez à rude épreuve la crédulité du Comité en disant que vous travaillez dans l'entreprise depuis 23 ans, que vous coprésédez le comité du Code de conduite des épiceries et que vous ne connaissez pas l'exemple britannique. Je suis désolé. Je vous repose la question.

M. Gonzalo Gebara: Non, je n'ai jamais travaillé pour Walmart au Royaume-Uni. Je m'en voudrais de commenter le code britannique.

• (0850)

M. Dave Epp: Vous ne le connaissez pas?

M. Gonzalo Gebara: Je vous demande pardon, monsieur?

M. Dave Epp: Vous ne connaissez pas le code britannique ou australien, alors que vous présidez un comité qui étudie le Code de conduite canadien?

M. Gonzalo Gebara: Je ne pense pas présider de comité.

M. Dave Epp: Votre entreprise le coprésidé.

M. Gonzalo Gebara: Notre entreprise participe aux discussions sur le Code. Les personnes qui participent sont très bien informées et éduquées sur le Code pour le Canada.

M. Dave Epp: Dans vos observations préliminaires, vous avez dit qu'il incomrait à l'ensemble de la chaîne de valeur, y compris au gouvernement, de faire baisser les prix pour les consommateurs. Quelles orientations avez-vous données en retour au gouvernement pour réduire les prix des produits alimentaires lors de vos réunions avec le ministre?

M. Gonzalo Gebara: En plus de parler de tous nos plans et programmes, nous avons également proposé au gouvernement des mesures pour améliorer la situation dans la chaîne d'approvisionnement et faire en sorte de simplifier les processus d'importation. Toutes ces mesures nous aideraient à faire baisser les prix.

M. Dave Epp: Les processus d'importation sont-ils destinés à concurrencer des produits canadiens... ou à remplacer des produits canadiens qui ne sont pas disponibles? Pouvez-vous être plus précis quant à l'orientation que vous avez proposée au gouvernement? Je rappelle que le gouvernement propose l'étiquetage à l'avant de l'emballage, que ma collègue a évoqué et qui coûtera de 6 à 8 milliards de dollars. Il y a la taxe sur le carbone. Il y a quantité de coûts qu'impose le système canadien. N'avez-vous soulevé aucune de ces questions avec le gouvernement?

M. Gonzalo Gebara: Nous avons parlé d'une stratégie nationale sur la chaîne d'approvisionnement, des transports et des services frontaliers, afin de pouvoir rationaliser les flux de produits et d'offrir de meilleurs prix à nos clients.

Le président: Votre temps de parole est écoulé. Je vous remercie, monsieur Epp et monsieur Gebara.

La parole est maintenant à Mme Taylor Roy pour cinq minutes.

Mme Leah Taylor Roy (Aurora—Oak Ridges—Richmond Hill, Lib.): Je vous remercie, monsieur Gebara, de votre présence aujourd'hui et de votre participation à cet effort entrepris par le gouvernement. Nous savons que tout le monde doit y mettre du sien pour essayer de juguler l'inflation sur le prix des aliments.

Je voulais parler d'une chose que vous avez mentionnée et que le ministre a également mentionnée, à savoir la modification de la Loi sur la concurrence afin de renforcer les pouvoirs du Bureau de la concurrence. Vous avez dit que c'était aussi l'une de vos recommandations au gouvernement.

Nous avons actuellement un projet de loi, le projet de loi C-56, Loi sur le logement et l'épicerie à prix abordable. Il a été présenté en septembre. Nous essayons de le faire adopter à la Chambre des communes. Les conservateurs freinent des quatre fers.

Selon vous, en quoi ce projet de loi ou l'augmentation de la concurrence et le renforcement du Bureau de la concurrence contribueront-ils à faire baisser les prix des aliments pour les Canadiens?

M. Gonzalo Gebara: Je suis désolé, mais je ne connais pas cette disposition. Je vais m'assurer de bien m'informer sur le sujet, afin de pouvoir vous faire part de mes commentaires.

Mme Leah Taylor Roy: Très bien. Je vous remercie.

De manière générale, vous avez dit que l'une des choses qui aideraient, selon vous, serait une concurrence accrue et un Bureau de la concurrence renforcé. En quoi cela aiderait-il, selon vous, à faire baisser les prix des produits d'épicerie?

M. Gonzalo Gebara: Lorsque j'ai dit que la concurrence était une bonne chose, je ne faisais pas référence au bureau, mais au fait que la présence d'un plus grand nombre d'acteurs sur un marché donne plus de choix aux consommateurs. En leur donnant plus de choix, on leur donne plus de pouvoir de décider.

C'est ce que nous voulons. Nous voulons que les consommateurs canadiens aient le choix. Chacun des différents acteurs développera ses propres propositions de valeur afin de proposer ses choix de manière adéquate à ses clients cibles. Je pense qu'une forte concurrence vaut mieux pour tout le monde.

Mme Leah Taylor Roy: Je vous remercie. En effet, je suis d'accord. L'un des problèmes au Canada, comme l'a dit mon collègue, est la situation d'oligopole dans le secteur de l'épicerie. Le Code de conduite des épiceries permettrait d'y remédier en partie.

Vous avez également mentionné des problèmes de chaîne d'approvisionnement. Le Code de conduite des épiceries contribuerait notamment à améliorer la solidité et la résilience de la chaîne d'approvisionnement canadienne. Étant donné qu'il aiderait, notamment, les épiciers indépendants et certains fournisseurs face au pouvoir que des entreprises comme Walmart ont dans ce secteur, pourquoi ne le soutenez-vous pas?

M. Gonzalo Gebara: Tout d'abord, je ne suis pas d'accord avec la notion d'oligopole. Je pense que la concurrence est très forte au Canada. Chaque fois que je me rends dans les différentes régions, je vois d'excellentes entreprises et des offres de valeur remarquables faites par de très bonnes entreprises. Comme je l'ai dit, c'est une très bonne concurrence pour nous. Nous aimons rivaliser avec ces entreprises. Je pense que le marché canadien très concurrentiel à cet égard.

En ce qui concerne le Code, comme je l'ai dit tout à l'heure, j'espère que nous aurons les dispositions voulues pour créer des conditions équitables et veiller à ce que toutes les dispositions contribuent à resserrer les relations.

Comme je l'ai dit, nous entretenons déjà des relations étroites avec nos fournisseurs. C'est pourquoi nous pensons qu'il est nécessaire d'adapter encore ces dispositions afin de nous assurer qu'elles créent le bon environnement pour la conduite de nos affaires.

• (0855)

Mme Leah Taylor Roy: Si vous entretenez déjà ce genre de relations... Vous pensez peut-être que c'est le cas, mais il semble que la plupart des Canadiens et de nombreux fournisseurs ne sont pas de cet avis. En ce moment, alors que les choses sont si difficiles — beaucoup de mes concitoyens peinent en cette période de fêtes en particulier —, il semble que vous ne faites pas tout ce qui est en votre pouvoir pour régler ce problème.

Qu'en pensez-vous? Y a-t-il d'autres mesures que vous pourriez prendre pour essayer de faire baisser le prix des produits d'épicerie pour les Canadiens qui peinent vraiment à s'en sortir en ce moment?

D'un côté, les bénéfices et la rémunération des dirigeants sont tous assez élevés, alors que de l'autre, le budget des ménages ne suffit pas à l'heure actuelle. Je me demande ce que vous pourriez faire d'autre pour aider les Canadiens en ce moment.

M. Gonzalo Gebara: J'espère que vous me croyez quand je vous dis que nous faisons tout notre possible pour mener nos activités de la façon la plus serrée possible pour pouvoir continuer d'offrir les prix les plus bas du marché, notamment pour que les Canadiens puissent nourrir leur famille en cette période de fêtes et célébrer avec leurs proches.

Comme je l'ai indiqué en mars, nous sommes loin de dégager des bénéfices exceptionnels. Cela n'a pas été le cas pour Walmart. Ce n'est pas ainsi que nous fonctionnons.

Nous cherchons avant tout à apporter de la valeur aux Canadiens, en particulier pendant les fêtes de fin d'année, afin qu'ils puissent mettre un bon repas sur la table et avoir les festivités qu'ils méritent tous.

Le président: Je vous remercie, madame Taylor Roy.

[Français]

Monsieur Perron, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

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

Monsieur Gebara, vous avez dit espérer que nous vous croyons quand vous dites travailler pour offrir des prix bas. Nous voulons tous vous croire. Par contre, ce n'est pas ce que j'entends depuis le début de la séance. Vous dites que vous avez fourni les chiffres demandés par le Bureau de la concurrence. Pour moi, ce n'est pas encore clair si vous avez fourni tout ce qui avait été demandé. Vous dites que Walmart participe aux discussions sur le code de conduite des épiceries. Or, selon les informations que j'ai personnellement, aucun représentant de Walmart ne siège au comité directeur ni au comité de travail. Vous n'est donc pas présent dans le processus.

J'aimerais que vous m'expliquiez comment vous pouvez nous dire que vous participez aux discussions sur le code de conduite alors que vous êtes absent des comités. Si vous y êtes, pouvez-vous nous dire qui sont vos représentants, quelles sont leurs consignes et si vous allez y participer plus activement à l'avenir?

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Oui, nous continuerons de participer activement, comme nous l'avons fait jusqu'à présent. Nous avons nos propres représentants dans les différents cadres.

[Français]

M. Yves Perron: Vous nous dites que vous avez présentement des représentants qui siègent au comité directeur et au comité de travail qui se penchent sur le code de conduite. Est-ce bien cela?

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Nous avons une équipe qui est en contact permanent avec les différents comités et cadres dans lesquels le Code est discuté. Nous le faisons par l'intermédiaire du Conseil canadien du commerce de détail, le CCCD.

[Français]

M. Yves Perron: Vous n'y participez donc pas directement, monsieur Gebara. C'est le Conseil canadien du commerce de détail qui siège aux comités et vous y représente de façon indirecte.

Ne trouvez-vous pas que ce serait mieux d'être présent à ces comités pour démontrer véritablement votre bonne foi dans l'élaboration de ce système? Ainsi, nous pourrions vous croire quand vous dites que vous souhaiteriez y participer s'il y avait de meilleures conditions. Ne trouvez-vous pas que vous devriez être assis à la

table pour essayer d'orienter les discussions et demander que les changements que vous souhaitez soient faits, plutôt que de saboter le système que nous essayons d'instaurer pour assurer de meilleurs prix en épicerie et de meilleures conditions dans le marché?

• (0900)

[Traduction]

M. Gonzalo Gebara: Je pense que nous participons de la meilleure façon possible, et que le CCCD est le meilleur moyen de le faire.

[Français]

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur MacGregor, vous avez la parole.

[Traduction]

M. Alistair MacGregor: Je vous remercie, monsieur le président.

Monsieur Gebara, je dois revenir sur cette question parce que je pense qu'étant donné que vous avez comparu devant le Comité en mars, vous auriez dû vous attendre à ce que le même genre de questions vous soit posé.

En mars, j'ai très clairement posé une question sur les salaires, les salaires que vous payez à vos employés de première ligne. Étant donné que nous évoluons dans le contexte... Mme Taylor Roy a qualifié la rémunération des dirigeants d'« élevée », ce qui est un choix de terme fort intéressant.

Avec tout le respect que je vous dois, monsieur, je suis un peu inquiet que vous, PDG de Walmart Canada, compte tenu du fait que nous parlons de l'inflation sur le prix des aliments et que nous savons que les statistiques montrent que tellement de travailleurs n'ont même pas les moyens d'acheter les produits de première nécessité pour leurs familles...

J'ai vu votre site Web, et nous avons vu les documents que vous avez fournis au Comité. Vous faites certainement tout pour montrer que vous vous souciez de vos employés, mais le fait que vous, PDG de l'entreprise, ne sachiez pas si vos employés doivent recourir à la banque alimentaire pour s'en sortir... Je pense que les employés de Walmart Canada qui nous regardent en ce moment trouveraient cela un peu surprenant.

Encore une fois, si nous devons vous prendre au sérieux, vous et les autres PDG, sur ce sujet très important pour les Canadiens, comment le pourrions-nous si vous ne semblez même pas savoir combien de vos employés doivent recourir à une banque alimentaire ou s'ils sont suffisamment rémunérés?

S'ils sont maintenus dans un état de travailleurs pauvres, n'êtes-vous pas préoccupé, monsieur, de ne pas avoir de chiffres précis à ce sujet?

M. Gonzalo Gebara: Tout d'abord, je pense que nous connaissons bien la situation de nos collaborateurs. Nous la mesurons. Comme je l'ai déjà mentionné, nous avons une politique de la porte ouverte. Chacun peut faire part de ses soucis à n'importe qui dans l'entreprise, et nous connaissons très bien l'engagement, le moral et les préoccupations de nos collaborateurs.

Quand j'ai répondu que je ne savais pas, c'est parce qu'on ne m'a pas informé que certains de nos collaborateurs seraient dans la situation que vous venez de décrire.

Le président: Je vous remercie tous les deux.

La parole est maintenant à Mme Rood pour cinq minutes, puis ce sera le tour de M. Louis. J'exercerai mon droit à quelques questions à la fin.

Madame Rood, vous avez la parole.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Monsieur Gebara, à votre dernière comparution devant le Comité, en mars, nous avons parlé de frais et d'amendes. Nous vous avons entendu aujourd'hui dénoncer les augmentations injustifiées des fournisseurs, mais vous n'avez jamais parlé des pénalités injustifiées imposées aux petits fournisseurs, aux agriculteurs et aux producteurs. Au fond, quand ces pénalités sont imposées à des fournisseurs, elles entraînent une augmentation des prix pour les consommateurs. C'est peut-être la raison pour laquelle certains fournisseurs réagissent et demandent des augmentations de prix.

Pouvez-vous communiquer au Comité le total des pénalités et des frais facturés à vos fournisseurs en 2023?

M. Gonzalo Gebara: Je n'ai pas cette information et j'en suis désolé.

Mme Lianne Rood: Ce n'est pas grave si vous ne l'avez pas aujourd'hui, monsieur. Il suffirait que vous la transmettiez au Comité à une date ultérieure. Êtes-vous disposé à le faire?

M. Gonzalo Gebara: Oui.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

En ce qui concerne le Code, vous avez dit être préoccupé par certaines dispositions. Quelles sont les dispositions qui vous préoccupent particulièrement, parce que nous avons déjà reçu d'autres détaillants qui n'étaient pas préoccupés par des dispositions du Code?

Quelles sont les dispositions du Code qui vous préoccupent? Pourquoi ne voulez-vous pas adhérer à ce code de conduite du secteur des produits d'épicerie et pourquoi faites-vous de la résistance?

M. Gonzalo Gebara: Tout d'abord, permettez-moi de dire que je trouve très bien que, dans un même secteur, il y ait des participants qui soient d'accord sur certains points et d'autres qui ne le soient pas. J'y vois la preuve que le secteur se porte bien, et je m'en réjouis.

Comme je l'ai mentionné tout à l'heure, je pense que certaines dispositions créent des règles du jeu inéquitables pour les fournisseurs et les détaillants, et je ne pense pas que ce soit une bonne chose. Certaines dispositions créent de la paperasserie et des coûts qui se répercuteront inévitablement sur les prix en rayon.

Je pense que si nous parvenons à régler ce problème, nous aurons un excellent code de conduite et nous pourrions continuer d'entretenir des relations transparentes et indépendantes avec tous les acteurs du secteur.

• (0905)

Mme Lianne Rood: Il n'y a rien de particulier. Il s'agit simplement d'un ensemble de choses qui ne vous conviennent pas, alors qu'elles conviennent à d'autres détaillants.

Il n'y a pas une chose en particulier avec laquelle vous n'êtes pas d'accord?

M. Gonzalo Gebara: C'est une combinaison de choses qui nous amène à penser que les règles du jeu ne sont pas équitables et il y a beaucoup de paperasserie qui engendrera des coûts. Personne ne veut de coûts inutiles dans l'entreprise.

Mme Lianne Rood: D'accord.

Monsieur Gebara, pouvez-vous nous dire combien la taxe sur le carbone coûte à l'ensemble de votre entreprise? Nous savons que cette taxe contribue à l'augmentation des prix dans le commerce de détail pour les consommateurs. Vous avez mentionné que vous avez un réseau de magasins dans tout le pays. Vous avez vos propres camions. Je suis sûre que la taxe sur le carbone vous coûte cher. Voulez-vous nous dire combien cette augmentation a coûté à votre entreprise?

M. Gonzalo Gebara: En fait, nous avons plus de 400 magasins au Canada. Nos camions transportent des produits d'un bout à l'autre du pays. Je n'ai pas le chiffre concernant la taxe. Je vais devoir vous le communiquer.

Mme Lianne Rood: Très bien.

Pouvez-vous transmettre ce chiffre au Comité?

M. Gonzalo Gebara: Volontiers. Si l'information n'est pas confidentielle, nous pourrions vous la communiquer. Je vais devoir vérifier, évidemment.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Monsieur Gebara, j'ai lu récemment un article dans lequel un porte-parole de votre entreprise parlait de certaines des mesures prises par vos magasins pour aider les consommateurs face à l'inflation et rendre les produits d'épicerie plus abordables. Nous savons que les gens peinent à s'en sortir et qu'ils recourent en nombres records aux banques alimentaires. J'ai été étonnée de lire dans cet article que votre entreprise a mis en place un système qui permet aux clients d'acheter à crédit leurs produits d'épicerie. Vous proposez quatre paiements égaux sur six semaines pour aider les clients à acheter chaque jour des produits essentiels.

Bien que cela puisse sembler une bonne chose de prime abord, pourquoi vos clients n'ont-ils pas les moyens d'acheter de la nourriture dans vos magasins si vous prétendez que vous avez les prix les plus bas de tous les détaillants? Je trouve ahurissant qu'il faille en arriver là.

Pouvez-vous dire quelque chose à ce sujet?

M. Gonzalo Gebara: Si je ne me trompe pas, vous faites référence à notre programme Magasinez et payez plus tard, qui est adapté. Ce programme vise à permettre à nos clients d'avoir plus facilement accès à des biens durables. Nous ne voulons en aucun cas que quelqu'un puisse financer l'achat de produits de première nécessité qu'il consommera dans les jours suivants, mais dont il supportera le coût financier pendant plusieurs mois. Le programme est conçu pour les biens durables.

Le président: Je vous remercie, madame Rood.

Nous passons maintenant à notre dernier intervenant, si je puis dire.

Monsieur Louis, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Tim Louis (Kitchener—Conestoga, Lib.): Je vous remercie, monsieur le président.

Je tiens également à remercier M. Gebara, PDG de Walmart Canada, de sa présence aujourd'hui.

C'est une conversation importante, et les Canadiens sont préoccupés par le comportement des grandes chaînes d'épicerie, puisqu'il s'agit d'un secteur fortement regroupé au Canada.

Si nous sommes ici, c'est parce que les Canadiens veulent de la transparence, de la responsabilité et un engagement envers des pratiques équitables face aux inquiétudes suscitées par la forte augmentation du prix des produits alimentaires et l'exploitation éventuelle des consommateurs. Voilà ce qu'on nous dit.

Vous l'avez déjà mentionné plusieurs fois. Nous avons parlé du renforcement du Bureau de la concurrence, ici, au Canada. Il semble que vous soyez d'accord avec cela. Vous avez cité Sam Walton, je crois, qui disait: « Si nous travaillons ensemble, nous réduisons le coût de la vie pour tous. » Il est envisagé de renforcer la Loi sur la concurrence pour permettre au bureau de prendre plus de mesures, par exemple, d'exiger la production de données pour réaliser des études de marché efficaces et complètes.

Pouvez-vous confirmer que vous convenez que la concurrence est une bonne chose et que vous êtes d'accord de donner plus de pouvoirs au Bureau de la concurrence?

M. Gonzalo Gebara: Oui, je crois qu'il est très important que je clarifie de nouveau ce que j'ai dit il y a quelques instants. Je pense que la concurrence est une bonne chose, et qu'il ne s'agit pas de donner plus de pouvoir à un organisme de réglementation de la concurrence. La concurrence est bénéfique pour tout le monde, pour tous les acteurs du secteur et pour les consommateurs, ce qui ne veut pas dire que je serai favorable à l'idée de donner plus de pouvoir à un organisme de réglementation de la concurrence, quel qu'il soit. J'espère être clair sur ce point.

• (0910)

M. Tim Louis: Je vous entends bien. Vous dites que la concurrence est une bonne chose, mais vous voulez vous assurer qu'elle est volontaire. Selon moi, le Code de conduite des épicerie, qui est actuellement volontaire et qui constitue un moyen concret d'apporter plus d'équité, de transparence et de stabilité au secteur des épicerie et à la chaîne d'approvisionnement, en est sans doute un exemple.

Nous examinons toutes les options. Les grands épiciers viennent à la table, et nous parlons de nous entendre et de travailler sur une base volontaire. Cela ne semble pas fonctionner aujourd'hui. Faut-il que nous fassions respecter l'équité, la transparence et la stabilité?

M. Gonzalo Gebara: Comme je l'ai dit à maintes reprises depuis le mois de mars, j'ai appris qu'au Canada, nous avons l'équité, la transparence, des négociations indépendantes, des capacités de planification très solides et un cycle de communication qui est clair.

J'ai rencontré plusieurs fournisseurs au cours des derniers mois. Je ne pense pas que le Canada soit dans une situation différente de celle que j'ai observée sur d'autres marchés. Je me suis familiarisé avec le secteur et je pense que les conditions y sont très bonnes pour que tout le monde puisse y mener ses activités.

M. Tim Louis: Le Code de conduite des épicerie ne concerne pas que le consommateur. Nous parlons également de vos relations avec les fournisseurs.

Le comité de l'agriculture a réalisé une étude dans laquelle il a constaté des problèmes entre les grands épiciers et les fournisseurs.

Nous voulons également nous assurer qu'ils sont traités de manière équitable. Je pense que c'est un sujet dont nous devons continuer de parler à mesure que nous avançons.

Je voulais vous interroger sur d'autres solutions.

Nos collectivités nous disent que les ventes ou les rabais ne sont parfois accordés que si les gens achètent en gros, soit deux produits ou plus. Or, ce n'est pas raisonnable pour tout le monde. Pour profiter du prix réduit, il faut parfois acheter plus que ce dont on a besoin. Il arrive que les personnes ne puissent pas se permettre cette dépense ou que les aliments risquent de se gâter avant qu'elles les consomment. Lorsqu'il y a des promotions, les clients ne profitent pas du prix réduit, à moins d'acheter plus que ce dont ils ont besoin.

Envisageriez-vous d'offrir le même prix pour l'achat d'un seul produit?

M. Gonzalo Gebara: N'oubliez pas que nous sommes attachés à proposer des prix bas quotidiens. Nous aimons maintenir constamment des prix bas sur l'ensemble des produits.

Il y a un point intéressant dans ce que vous dites. Nos données indiquent que si le panier moyen contient, par exemple, trois unités de yogourt, il serait tout à fait acceptable de promouvoir trois unités à un prix donné. En revanche, il ne serait pas bon de promouvoir six unités à un prix donné. Trois unités à un prix donné, ce serait bien, parce que c'est la consommation moyenne par panier.

Nous sommes très attentifs à ne pas pousser nos clients à dépenser plus pour atteindre un certain prix. L'idée même des bas prix de tous les jours est d'éviter cela. Nous ne ferions pas ce que vous venez de décrire.

M. Tim Louis: J'ai une dernière question dans les 20 dernières secondes.

Dans le même ordre d'idées, envisageriez-vous d'harmoniser les prix unitaires pour répondre aux difficultés des consommateurs lorsqu'ils trouvent différents articles dans différents magasins? Il s'agit, en gros, de comparer ce qui est comparable.

Y seriez-vous favorable dans le secteur de l'épicerie en général?

M. Gonzalo Gebara: Qu'entendez-vous par harmoniser les prix unitaires?

M. Tim Louis: Le même prix par unité affiché plus clairement. Cela se fait dans d'autres pays.

M. Gonzalo Gebara: Nous avons le prix par unité, par litre et par 100 onces. Tous ces éléments sont affichés dans nos prix.

Le président: Je vous remercie, monsieur Louis.

Je vous remercie, monsieur Gebara.

Je vais prendre quelques minutes.

M. Medline a comparu devant le Comité lundi. Il a été très transparent sur les marges brutes dans le secteur de l'épicerie, sur la somme d'argent gagnée au-delà des coûts.

Pouvez-vous indiquer précisément au Comité quelle est la marge brute de Walmart Canada dans ses épicerie? Avez-vous ce chiffre?

M. Gonzalo Gebara: Non. Encore une fois, les gens parlent parfois des marges de différentes manières.

Pouvez-vous m'aider et être un peu plus précis sur ce que vous entendez par « marges »?

Le président: Il s'agit de la somme d'argent que vous gagnez une fois les coûts absorbés dans les épicerie en particulier. Je sais que Walmart a également des produits pharmaceutiques. Est-ce que vous pourriez fournir un chiffre au Comité?

En tant que PDG de Walmart Canada, diriez-vous que c'est une marge de 2 %? On parle beaucoup de l'argent que gagnent les entreprises d'alimentation. C'est une cible importante.

Nous recevons M. Weston après vous. Je suis sûr qu'il nous rappellera que, même si l'on retirait tout profit sur les produits d'épicerie, la marge est d'un ou deux dollars sur une facture d'épicerie de 100 \$.

Quelle est votre marge? Le savez-vous? A-t-elle évolué dans le temps?

• (0915)

M. Gonzalo Gebara: Comme vous le savez, je ne peux pas dévoiler les chiffres précis.

Je me ferai l'écho de ce que tout le monde a dit. Les marges dans l'épicerie sont très faibles. Il est facile de consulter l'information publique de tous les détaillants du monde et de voir à quel point les marges sont minces dans ce secteur.

Le président: Votre programme Magasinez maintenant et payez plus tard m'intéresse.

Je peux comprendre qu'il soit intéressant dans le contexte actuel où les gens peinent à acheter certains produits essentiels. Combien facturez-vous à vos clients en intérêts dans ce programme? Walmart prend-il en charge les intérêts? Existe-t-il un taux d'intérêt marginal? Quel est le montant de l'intérêt...?

Supposons que j'aie chez Walmart, que je remplisse mon panier d'épicerie pour 100 \$. Je n'ai pas d'argent pour payer. Vous avez dit que dans deux semaines ou plus tard, je pourrai rembourser.

Est-ce que je rembourse 100 \$ dans deux semaines? Est-ce que je paie 103 \$ ou 110 \$? Quel est le taux d'intérêt?

M. Gonzalo Gebara: Je dois insister sur le fait que le programme Magasinez maintenant et payez plus tard concerne les biens durables. Nous n'adaptions pas ce programme à l'achat de produits de première nécessité. En fait, nous travaillons même sur une nouvelle technologie pour éviter que cela se produise. Nous voulons, en leur proposant un financement et en atténuant ainsi l'impact de la dépense, aider nos clients à acheter des biens durables.

Peut-être qu'un micro-ondes ou un réfrigérateur sont tombés en panne ou qu'ils veulent s'offrir un nouveau téléviseur. C'est le genre d'articles coûteux pour lesquels nous voulons offrir à nos clients la possibilité d'acheter maintenant et de payer plus tard, ce qui leur permet de réduire leurs dépenses personnelles. C'est tout ce dont il s'agit.

Le président: Alors, ce n'est pas pour les produits d'épicerie, mais pour les biens durables.

M. Gonzalo Gebara: Oui, c'est pour les biens durables. Nous parlons de marchandises générales, de produits non alimentaires.

Le président: D'accord.

Enfin, vous avez évoqué les formalités administratives et la paperasserie. Avec tout le respect que je vous dois, vous n'avez pas été très précis en ce qui concerne exactement... Mme Rood a essayé de vous poser des questions pour tenter de cerner les problèmes que pose le Code de conduite des épiceries.

Permettez-moi de vous poser une question. Si l'industrie ne parvient pas à trouver une solution, nous avons vu aujourd'hui des déclarations du ministre MacAuley et du ministre Lamontagne disant, pour résumer, qu'ils étudieront toutes les options possibles. À votre avis, vaut-il mieux que l'industrie propose une solution, autrement dit que nous trouvions un moyen d'avancer, ou que le gouvernement réglemente le Code pour vous, ce qui vous empêcherait d'avoir autant d'influence sur cette décision que vous le souhaiteriez?

M. Gonzalo Gebara: J'ose espérer que nous trouverons, en tant qu'industrie, une solution.

Le président: Je vous remercie.

Chers collègues, ainsi se termine notre première heure.

Permettez-moi de vous remercier, monsieur Gebara, d'avoir comparu devant le Comité et répondu aux questions. Je vous souhaite un joyeux Noël et de très belles fêtes.

Chers collègues, nous allons suspendre la séance quelques instants, puis nous recevons M. Weston.

Je vous remercie.

• (0915)

(Pause)

• (0920)

Le président: Chers collègues, nous reprenons nos travaux. Nous recevons M. Weston pour la deuxième heure.

Monsieur Weston, vous avez changé de poste depuis la dernière fois. Vous êtes maintenant président du conseil d'administration. Je suppose qu'avant, vous étiez président du conseil et PDG, et maintenant, vous êtes président du conseil. Merci de comparaître de nouveau devant le Comité.

Chers collègues, nous disposons d'une heure et je vais entrer dans le vif du sujet.

Monsieur Weston, vous disposez de cinq minutes pour présenter vos observations préliminaires.

M. Galen G. Weston: Je vous remercie.

Monsieur le président, membres du Comité, bonjour. Je vous remercie de m'avoir invité à m'entretenir de nouveau avec vous et à discuter des mesures que Loblaw prend pour aider les Canadiens.

Bien que le pic de l'inflation semble passé, nous savons que l'augmentation du prix des aliments continue d'avoir un impact réel sur les Canadiens qui veulent nourrir leur famille tout en équilibrant leur budget. C'est encore plus difficile aujourd'hui où presque tous les prix ont tellement augmenté, y compris les loyers, le chauffage et le carburant, ce qui laisse moins d'argent pour des produits de première nécessité, comme les produits alimentaires.

Il est consternant de constater que les Canadiens sont près de 80 % plus nombreux à avoir recouru aux banques alimentaires cette année qu'en 2019. Nous devons tous faire plus face à cette situation. C'est une responsabilité que nous prenons très au sérieux et sur laquelle toute l'équipe de Loblaw continue de travailler.

Au cours des deux derniers mois, nous avons participé activement aux discussions avec le gouvernement, nous avons fait part de nos idées et fourni des détails sur les mesures que nous avons prises. Comme nous le soulignons dans notre récente lettre au Comité, nous avons cherché à réduire sensiblement le coût d'un panier de 35 articles dans des catégories qui comptent le plus pour les clients, comme le lait, le beurre, les oeufs et le poulet. Ces produits essentiels figurent dans presque tous les paniers d'épicerie et représentent près de 10 % de nos ventes.

Nous proposons ces économies dans des programmes de prix et de promotions que les clients comprennent et auxquels ils répondent le mieux. Ces programmes contribuent à améliorer la situation. Permettez-moi de vous donner un exemple concret.

Prenons les pilons de poulet dont le coût pour nous a augmenté de 30 % depuis 2019. Cependant, les investissements que nous consentons pour faire baisser les prix font que le prix moyen de ce produit sur les 12 dernières semaines est inférieur de 4 % au prix d'il y a quatre ans. Ce résultat s'ajoute à la stratégie de très bas prix de tous les jours de nos magasins à escompte, où nous vendons régulièrement des produits comme les bananes, le sucre et le lait à un prix inférieur à leur prix coûtant.

Nous sommes tous les jours en concurrence avec d'autres grandes chaînes canadiennes, avec des multinationales comme Walmart et Costco, des chaînes régionales, des indépendants locaux et des entreprises en ligne, comme Amazon. Le marché canadien de l'épicerie est très concurrentiel. Nous savons que si nous n'offrons pas une réelle valeur, les clients iront et vont acheter ailleurs.

Depuis début septembre, nous avons fait économiser encore plus d'argent à nos clients grâce à nos points PC Optimum et à nos prix réservés aux membres, ainsi qu'à des programmes tels que les Prix rétro chez No Frills et la campagne Maxi Merci au Québec, qui a servi plus de 2,2 millions de clients.

Nous sommes également le seul épiciériste national à toujours avoir un programme d'alignement des prix dans tous nos magasins à escompte. Chaque année, plus de 10 millions de clients profitent de ce programme. En l'espace de deux mois seulement, nous avons ainsi égalé les offres de nos concurrents à hauteur de 38 millions de dollars.

Enfin, en plus de ces mesures immédiates, nous investissons également dans les collectivités en ouvrant plus de magasins à escompte sur plus de marchés. Ainsi, d'ici la fin de l'année prochaine, nous aurons ajouté près de 70 magasins à escompte, nouveaux ou convertis, ce qui nous permettra d'offrir à deux millions de Canadiens supplémentaires la meilleure combinaison de qualité et de valeur dans le pays — en moyenne, à 20 % moins cher que dans un magasin sans escompte.

Ces efforts paient. Nous surveillons de près les prix dans nos magasins et les taux d'inflation à la caisse. Par rapport à l'IPC des denrées alimentaires de Statistique Canada, qui était de 5,4 % en octobre 2023, notre taux d'inflation interne est de 5,1 %. Quand nous prenons en compte les produits réellement achetés dans nos magasins, notre taux d'inflation interne est déjà inférieur à l'IPC global.

Nous faisons notre part pour aider à stabiliser le prix des produits alimentaires pour nos clients, mais comme nous l'avons dit à maintes reprises, nous ne pouvons pas y parvenir seuls. Des études récentes de la Banque du Canada et du Bureau de la concurrence

montrent que les épiceries ne sont pas responsables du prix élevé des aliments. Nous ne pouvons donc pas contrer unilatéralement les pressions inflationnistes.

Comme je l'ai expliqué au Comité plus tôt cette année, nous ne dégageons qu'un dollar de bénéfices par tranche de 25 \$ de produits alimentaires vendus. Autrement dit, même si l'industrie ne réalisait aucun bénéfice, une facture de 25 \$ coûterait quand même 24 \$.

Il est important de souligner que les fournisseurs, qui représentent de 70 à 80 % du prix des produits, restent largement absents de cet effort. Malheureusement, nous n'avons encore reçu aucune proposition de réduction de prix de la part de fabricants. Au contraire, nombreux sont ceux qui nous ont déjà annoncés ou qui ont déjà commencé à nous soumettre des augmentations de prix plus élevées que prévu pour l'an prochain.

● (0925)

Il y a tout de même de bonnes nouvelles. Les prix des produits alimentaires sont clairement en train de se stabiliser, mais nous craignons que le Code de conduite des épiceries ne ralentisse cette tendance.

Quand j'ai comparé devant le Comité, il y a six mois, je me suis déclaré favorable à un code équitable, équilibré et empreint de réciprocité. J'ai également souligné qu'un code unilatéral qui priverait les détaillants de la possibilité de tenir les fournisseurs responsables de leurs engagements risquerait d'entraîner une hausse des prix. Les grands principes du Code sont louables, mais il n'en reste pas moins que, lorsque l'on en analyse les détails de la version actuelle, on constate que le risque de hausses des prix et de rayons vides est important.

Il est évident que ce sujet soulève bien des passions. Afin qu'il puisse faire l'objet de discussions éclairées, nous avons fourni aux membres du Comité la toute dernière version du Code et les détails de nos préoccupations. J'aimerais vous faire part d'un exemple précis. La version actuelle du processus de résolution des litiges donne aux fabricants la possibilité, en cas de litiges sur des augmentations de prix, de recourir à un mécanisme faisant intervenir une tierce partie qui n'a pas encore été défini. En Australie, cette tierce partie se prononce en faveur des augmentations dans la quasi-totalité des cas. Si cela s'était produit au Canada depuis le début de l'année dernière, les pressions inflationnistes se seraient accentuées et auraient coûté 750 millions de dollars de plus aux consommateurs.

Ce risque est bien réel et il justifie à lui seul une pause. Trois autres aspects du Code présentent des risques, aux articles 2.5, 3.4 et 4.4. Nous exposons ces risques dans la documentation communiquée au Comité. Je me ferai un plaisir d'offrir une perspective plus détaillée sur l'un ou l'autre, mais selon nous, chacun est très susceptible d'entraîner des augmentations de prix de détail ou une diminution de la quantité de produits dans les rayons.

Je tiens à dire que je suis perplexe quant à la raison pour laquelle d'autres dirigeants de l'industrie affirment de manière aussi confiante que le Code peut stabiliser les prix, alors qu'il n'a jamais été prévu pour cela. Les discussions sur le Code ont commencé avant que l'inflation s'installe. La version locale de ce code n'a pas aidé à stabiliser les prix au Royaume-Uni, en Australie ou en Irlande au cours des deux dernières années, et l'inflation sur le prix des produits alimentaires n'y est pas inférieure à celle que connaît le Canada. Je crains donc que, malgré notre enthousiasme collectif à l'idée d'offrir aux Canadiens une baisse sensible du prix des produits alimentaires, nous nous dirigeons avec espoir vers quelque chose qui fera exactement le contraire, simplement parce que l'idée semble bonne. J'invite donc le Comité à examiner de plus près les détails.

Nous sommes tout à fait d'accord pour dire qu'il est possible d'améliorer la collaboration entre les détaillants et les fabricants, et il y a certainement des choses que nous pouvons faire différemment de notre côté. Nous agissons déjà dans ce sens. Il y a quelques semaines, nous avons annoncé notre nouveau programme pour les petits fournisseurs qui offre des avantages concrets à plus de 1 000 fabricants afin de réduire les coûts et les risques que comporte le fait de faire affaire avec nous.

Quoi qu'il en soit, nous ferons plus. Nous restons absolument ouverts à la bonne version du Code, mais nous ne devons pas l'adopter aux dépens de nos clients. La raison d'être de Loblaw est d'aider les Canadiens à vivre bien. Nous serons toujours prêts à faire notre part et à participer à ces discussions. Nous défendrons les intérêts de nos clients même si c'est impopulaire.

Nous nous réjouissons de l'intérêt soutenu du Comité.

Je vous remercie.

Le président: Je vous remercie, monsieur Weston.

Nous allons passer aux questions.

Madame Rood, vous êtes la première. Vous disposez de six minutes. Vous avez la parole.

• (0930)

Mme Lianne Rood: Je vous remercie, monsieur le président.

Je vous remercie, monsieur Weston, de votre présence aujourd'hui.

Monsieur Weston, vous venez de faire remarquer que le Code n'influe pas sur le nombre de clients, mais un rapport publié aujourd'hui dit le contraire. Comme vous le savez, je suis très favorable à ce code depuis le début. Je crois qu'il aidera non seulement les consommateurs, mais aussi les fournisseurs à avoir des prix plus bas et, ensuite, à répercuter ces prix plus bas sur les consommateurs.

Pouvez-vous expliquer au Comité pourquoi vous ne voulez pas adopter le Code et ce qu'il faut faire pour vous convaincre de l'adopter?

M. Galen G. Weston: Il est certain que nous allons adhérer au Code. Nous avons toujours dit que nous allions adhérer au Code. Nous devons simplement adhérer à un code qui n'augmente pas le risque de hausser le prix des aliments pour les Canadiens. Nous sommes fermement convaincus que le Code, dans sa version actuelle, aura cet effet.

Comme je l'ai dit, le Code a été élaboré dans le but d'améliorer les relations entre les fabricants et les détaillants. Il n'a jamais été conçu pour faire baisser les prix des aliments. Nous sommes actuellement dans une situation très différente, dans laquelle les prix des aliments ont augmenté de manière générale.

À mon avis, l'idée que les épiciers sont le problème fait partie de ce qui a orienté le dialogue dans la mauvaise direction. J'ai ici une liste de fabricants qui ont tous affirmé que les augmentations de prix ont été la source de leurs excellents rendements au cours des 12 derniers mois. Cela comprend les résultats trimestriels de Pepsi, de Nestlé, de Kraft, de Procter & Gamble, et j'en passe. Il s'agit de grands fabricants multinationaux, et le Code de conduite renferme plusieurs dispositions qui réduisent la capacité des épiciers à négocier âprement avec ces fournisseurs.

L'an dernier, nous avons pu faire obstacle à 18 % de ce que nous estimions être des augmentations de coûts injustifiées dans l'ensemble du secteur. Selon le libellé actuel du Code, notre capacité à le faire sera gravement restreinte.

Il est tout à fait évident que, dans ce cas précis, cela engendrera des augmentations de coûts plus importantes pour les fabricants, ce qui se traduira par des prix plus élevés pour les consommateurs.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Je suis curieuse de savoir pourquoi Loblaw a un problème avec la partie du Code qui traite de la nécessité d'assurer un approvisionnement fiable d'aliments à nos épiciers indépendants et aux personnes qui vivent dans les collectivités rurales et éloignées en particulier.

M. Galen G. Weston: Nous n'avons aucun problème avec quelque aspect du Code que ce soit qui propose cela.

Nous facturons des frais de non-conformité aux fabricants s'ils ne livrent pas à nos épiciers les produits qu'ils s'étaient engagés à livrer. La façon de voir ces frais est la suivante: nous créons une publicité, une promotion. Disons que nous allons proposer un article avec une réduction de 30 %. Nous convenons avec le fabricant qu'il fournira le nombre prévu de produits pour cette publicité.

S'il n'est pas en mesure de livrer cette quantité, que nous avions prévue au bénéfice des clients, des frais de non-conformité sont alors exigés pour ce défaut de livraison.

Si nous supprimons la possibilité de tenir ce fournisseur comptable, nous craignons que le fabricant ne nous livre pas 100 % de la commande qu'il s'est engagé à livrer. En conséquence, nous décevrons le client parce que nous n'aurons pas assez de produits à ce prix pour lui dans l'épicerie cette semaine-là, et la prochaine fois, nous ne pourrons pas le proposer à un prix aussi agressif parce que nous craignons d'en manquer.

C'est un autre exemple très concret qui montre que le principe du Code est bon, mais son libellé nous préoccupe.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Je suis désolée, je sais que je vais manquer de temps.

Monsieur Weston, le secteur des fruits et légumes a la Corporation de règlement des différends, la CRD, et vous en faites partie. Le modèle de règlement des différends dont il est question est similaire au système de la CRD, avec l'éducation comme première étape. Pourquoi ce système fonctionne-t-il pour vous, mais pas celui proposé dans le Code?

M. Galen G. Weston: Le libellé de ce système dans le Code n'a pas été arrêté. On n'y trouve que quelques phrases générales. Comme je l'ai dit, l'Australie, le Royaume-Uni et l'Irlande ont été cités à plusieurs reprises comme les modèles que nous essayons de reproduire avec ce système de règlement des différends. En Australie, par exemple, d'après notre recherche et notre compréhension du fonctionnement du système, celui-ci est terriblement inefficace.

Pour être clairs encore une fois, nous ne disons pas non. Nous ne disons pas que nous ne voulons pas adhérer au Code. Nous soulignons simplement qu'à l'heure actuelle, il y a quatre domaines dans lesquels le libellé n'est pas assez précis, où il est rédigé de telle manière qu'il va mettre le client en danger. Je pense qu'aucun d'entre nous ne devrait prendre ce genre de risques à ce stade.

Nous avons l'occasion de corriger ce code. Assurons-nous de prendre le temps de le faire.

• (0935)

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Quelles mesures avez-vous explicitement recommandé au gouvernement libéral de prendre lorsque vous étiez ici à Ottawa il y a quelques semaines? A-t-on donné suite à certaines de ces recommandations?

M. Galen G. Weston: Oui, j'ai fait plusieurs recommandations.

La première était de revoir les exigences en matière d'étiquetage sur le devant de l'emballage. Il y a un coût supplémentaire important chaque fois qu'il faut changer une plaque d'emballage pour indiquer les ingrédients, les données nutritionnelles et ce genre de choses. Nous pensons qu'il est possible d'utiliser des codes QR numériques comme solution de rechange, de sorte qu'au lieu de changer l'emballage à chaque fois, il suffit de mettre les renseignements à jour sur le code QR. À l'heure actuelle, les exigences en matière d'étiquetage sur le devant de l'emballage ne vont pas dans ce sens. Cela représente un coût supplémentaire important.

Nous avons suggéré de prendre un temps d'arrêt dans la mise en œuvre de l'interdiction des plastiques P2 afin de réexaminer les conséquences financières de cette proposition pour les Canadiens.

Nous sommes à l'avant-garde au Canada en matière de réduction des emballages plastiques. Nous sommes très dynamiques par rapport à l'adoption des solutions technologiques qui seront un jour disponibles pour résoudre une partie de ces problèmes, mais pour l'instant, elles n'existent pas. J'ai vu des chiffres étonnants qui laissent croire que la proposition P2 pourrait engendrer jusqu'à 6 milliards de dollars de coûts supplémentaires pour la chaîne de valeur. Nous devons vraiment réfléchir attentivement avant d'accélérer la mise en œuvre de cette proposition tant que nous ne savons pas si nous disposons de solutions que le secteur peut vraiment adopter.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Weston.

Merci, madame Rood.

Nous cédon la parole à M. Drouin en ligne pour au plus six minutes.

[Français]

M. Francis Drouin (Glengarry—Prescott—Russell, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je tiens à remercier le témoin de comparaître devant le Comité pour la deuxième fois en moins d'un an.

Monsieur Weston, est-ce que Loblaw a participé à la rédaction du code de conduite?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Nous avons participé à ce processus. Nous ne faisons pas partie du comité de travail.

[Français]

M. Francis Drouin: D'accord. Vous avez donc participé d'une certaine façon.

Comme vous avez pu l'entendre de la part de nos autres collègues, tous les partis représentés ici, donc le Parti conservateur, le Bloc québécois, le NPD et le Parti libéral, sont d'accord pour instaurer un code de conduite.

J'ai de la misère à comprendre la stratégie de Loblaw et de Walmart, qui décident à la dernière heure, à minuit moins une, d'exercer une pression sur les autres acteurs de l'industrie. Les trois autres grands détaillants ne voient aucune difficulté dans les problèmes que vous avez soulevés.

Pourquoi est-ce le cas? Est-ce que vos avocats ont une interprétation différente?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: L'élément le plus important, et nous sommes tous ici pour en discuter, je pense — c'est certainement l'objet de cette séance — c'est de savoir ce que nous pouvons faire pour alléger le fardeau des coûts pour les Canadiens, surtout lorsqu'ils font leurs courses à l'épicerie.

Comme je l'ai dit, le Code de conduite n'est pas explicitement conçu à cette fin. Nous essayons de forcer le Code à produire un résultat différent.

Nous avons participé à ce processus. Nous avons donné notre avis sur ce processus. Nous avons communiqué les quatre sujets de préoccupation à plusieurs reprises au cours des 18 derniers mois. L'idée que nous ayons exprimé nos réserves à la dernière minute est totalement fautive. Je les ai explicitement exposées dans mes observations ici il y a six mois. Nous avons formulé le même point de vue en termes très fermes lors de nos rencontres avec le ministre de l'Industrie en octobre.

Nos réserves sont tombées dans l'oreille d'un sourd. Nous n'obtenons aucune réponse. On nous dit: « Non, ce n'est pas ce que nous faisons », alors oui, ces deux dernières semaines, nous avons dû adopter un ton plus ferme.

On nous tient ici pour responsables des prix élevés des aliments qui ne sont pas du ressort direct du secteur de l'épicerie. Vous nous demandez maintenant d'adhérer à quelque chose dont nous sommes fermement convaincus qu'il va faire le contraire de ce que d'autres disent qu'il va faire. Ils ne veulent même plus nous en parler.

• (0940)

[Français]

M. Francis Drouin: Je comprends très bien cela, mais le problème est que la position que vous présentez n'est pas celle des cinq grands détaillants au Canada qui, je le rappelle, détiennent 80 % des parts du marché. Ce serait différent si tous les cinq grands détaillants partageaient entièrement votre position, mais ce n'est pas le cas. Pour le gouvernement, il y a trois acteurs importants d'un côté, qui ne partagent pas la position des deux autres. Vous pouvez comprendre que votre position nous laisse un peu hésitants et inquiets.

Par ailleurs, je comprends très bien que des transformateurs possèdent une grande part du marché aussi. C'est ce qui justifie l'importance d'adopter un code de conduite. Cela permettra d'établir autour de la table une discussion équilibrée entre les plus petits acteurs et les grands acteurs de l'industrie.

Le danger qui vous guette et qui me fait peur lorsque vous adoptez cette position, c'est que certaines provinces voudront adopter leur propre code de conduite. Est-ce que Loblaw est prête à exercer ses activités dans un environnement où il y aurait des cadres réglementaires différents d'une province à l'autre?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Le meilleur résultat serait sans aucun doute un code auquel nous pourrions tous adhérer. D'autres détaillants sont manifestement des partisans enthousiastes du Code. Je ne sais pas s'ils ont pris le temps d'étudier son libellé en détail, car leur enthousiasme à propos de la possibilité que ce code réduise les prix nous rend perplexes.

Il s'explique peut-être par le fait qu'ils ne sont pas aussi présents que nous, que Walmart et que Costco, par exemple, dans le domaine du commerce de détail au rabais. Les magasins au rabais dépendent de leur capacité à mener des négociations serrées avec leurs vis-à-vis manufacturiers. Oui, nous devons faire de notre mieux pour soutenir les petits et moyens fabricants et les agriculteurs de ce pays. Notre programme pour les petits fournisseurs est un exemple concret des mesures que nous prenons.

Toutefois, ce code donne des munitions aux plus grandes multinationales du monde, qui sont 10 fois plus grandes que Loblaw à elles seules. Dans une telle position, nous ne sommes pas en mesure de négocier aussi fermement contre des augmentations de coûts injustifiables. Oui, ce code aidera et devrait aider les petits fabricants et producteurs, mais en même temps, il va bloquer et renforcer les plus grandes multinationales du monde, qui font déjà obstacle à la baisse des prix des aliments pour les Canadiens. Le défi est bien réel.

Comme je l'ai dit, le Code peut sembler bon, mais si l'on y regarde de plus près, nous allons nous retrouver à l'opposé de l'objet de ce code.

Le président: Merci, monsieur Drouin.

Merci, monsieur Weston.

[Français]

Monsieur Perron, vous avez la parole pour six minutes.

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

Monsieur Weston, je vous remercie de votre présence.

J'écoute votre témoignage depuis le début et je dois dire que j'ai un peu de difficulté à vous suivre. Vous dites que ce code ne peut pas fonctionner et que vous avez soulevé certains doutes quant à celui-ci. Cependant, votre entreprise n'est pas représentée au comité directeur ni au comité de travail.

Comment pouvez-vous vous présenter ici et nous dire que vous participez au processus alors que vous ne siégez pas aux comités? Si vous siégiez aux comités, vous pourriez proposer les changements que vous souhaitez.

J'aimerais entendre ce que vous avez à dire là-dessus.

[Traduction]

M. Galen G. Weston: L'objectif principal ici est de trouver des moyens de réduire l'impact de l'inflation sur les Canadiens. Comme je l'ai dit, le libellé actuel du Code ne permet certainement pas de réaliser cet objectif.

La configuration du processus nous a interdit de participer au comité directeur. Je ne sais pas exactement...

[Français]

M. Yves Perron: Je m'excuse de vous interrompre, monsieur Weston, mais mon temps de parole est limité.

En tout respect, je vous ai demandé comment vous pouviez justifier le fait que vous remettiez en cause les négociations entourant le code de conduite et que vous ne soyez pas assis à la table alors que la très grande majorité des acteurs de l'industrie sont en train de négocier de bonne foi. Vous dites qu'il faut réduire les prix pour les citoyens, et nous sommes tous d'accord sur cela. Or, pourquoi n'êtes-vous pas à la table? Pourquoi ne participez-vous pas aux négociations ou aux discussions, et ce, depuis le début?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Nous avons donné notre avis, mais nous avons été exclus du groupe de travail. Nous n'avons pas participé au groupe de travail. Nous avons eu la possibilité d'être consultés. Nous avons fait part de notre point de vue à maintes reprises dans le cadre de ces consultations.

En passant, nous sommes les premiers à avoir publié le texte du Code pour que votre comité et d'autres puissent l'examiner. Auparavant, je ne sais pas quelles preuves les défenseurs du Code avaient fournies sur la manière dont il allait faire baisser les prix des aliments. Je ne pense pas qu'ils en aient présenté. Nous nous sommes vraiment efforcés de présenter des preuves très simples et très claires de l'existence d'un risque substantiel, mais ces observations n'ont pas été prises en compte dans ce processus.

● (0945)

[Français]

M. Yves Perron: Monsieur Weston, vous dites que Loblaw a été exclue du comité de travail. Or, selon mes informations, vous n'y étiez pas. Alors, qui a exclu Loblaw? Ce n'est quand même pas le Conseil canadien du commerce de détail, puisque Sobeys, Metro et la Fédération canadienne des épiciers indépendants y participent.

Ce que je comprends, c'est que vous êtes en train de saboter un processus auquel vous n'avez pas participé à part entière depuis le début. Comme l'a dit M. Drouin, vous allez ainsi forcer l'adoption de réglementations plus complexes.

Qui a exclu Loblaw du comité de travail, monsieur Weston?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Selon le processus établi, Sobeys et Metro étaient les représentants du secteur au sein du groupe de travail. C'est parfait. Tout au long du processus, nous avons essayé de faire part de nos préoccupations et nous continuons à le faire.

[Français]

M. Yves Perron: Monsieur Weston, vous me dites que Sobeys et Metro vous représentent à la table de travail. Or, Sobeys et Metro sont d'accord sur la mise en place d'un code de conduite. Si elles vous représentent, comment se fait-il qu'elles soient d'accord, mais pas vous? Ce que vous me dites ne fonctionne pas. Je ne comprends pas. Il y a quelque chose qui ne fonctionne pas dans le discours.

Tantôt, vous avez mentionné que c'était important que vous gardiez votre pouvoir d'imposer des frais aux fournisseurs. C'est un des facteurs qui expliquent que des négociations soient en cours pour adopter un code de conduite. Je ne veux pas vous manquer de respect, monsieur Weston, mais, selon ce que j'entends, je me demande si votre entreprise a déjà été assise à cette table de bonne foi ou si elle a l'intention de garder les pratiques qu'elle a depuis de nombreuses années.

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Tout au long de ce processus, nous avons été actifs et nous avons agi de bonne foi, et nous continuons à le faire. Nous ne faisons pas partie du comité de travail, mais, je le répète, nous avons toujours fait part de nos commentaires et de notre point de vue. Nos cadres supérieurs ont participé à ce processus. Ce que je veux faire valoir, c'est simplement que notre avis n'est pas entendu, et cela nous inquiète. Peut-être que Sobeys et Metro exploitent leurs entreprises d'une manière différente. Je sais qu'ils ont moins de magasins au rabais et qu'ils ne se concentrent donc peut-être pas autant que nous sur les prix les plus bas possibles pour les Canadiens.

Permettez-moi de vous expliquer brièvement le fonctionnement de ces frais de non-conformité. Nous nous attendons à recevoir une certaine quantité de produits à un moment donné et d'une manière donnée, et il y a des frais pour cette...

[Français]

M. Yves Perron: Je comprends, mais...

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Attendez. Dans 60 % des cas, nous faisons des exceptions à ces frais sur la base de discussions de bonne foi avec nos fabricants.

[Français]

M. Yves Perron: Monsieur Weston, je comprends bien ces processus. Dans le fond, ce sont ces processus que nous voulons régler au moyen du code.

Monsieur Weston, vous dites que le code de conduite n'a pas permis de limiter l'inflation en Australie et au Royaume-Uni dans les derniers mois. Il y a peut-être eu une inflation importante dans les derniers mois, mais, après que les codes de conduite ont été mis en place dans ces pays, on a vu des effets très positifs sur les prix en épicerie. Vous ne pouvez pas le nier. Nous pensons très majoritairement que l'introduction d'un code de conduite au Canada serait une mesure positive pour les consommateurs.

Que répondez-vous à cela?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Comme je l'ai dit, le plus important est de ne pas faire le contraire de ce que votre comité veut faire et de ne pas créer des conditions qui engendrent des prix plus élevés de la part des plus grands fabricants multinationaux du monde. Il est im-

portant de distinguer ce risque de la façon dont nous soutenons efficacement les producteurs et les fabricants canadiens.

C'est l'un des éléments dont le Code actuel ne traite pas efficacement. Nous avons proposé des solutions très constructives à chaque étape du processus. Nous ne disons pas non. Nous disons: « Écoutez, quelques ajustements importants pourraient être apportés à ce code, et nous pensons qu'ils pourraient offrir le meilleur des deux mondes ». Je serais heureux de vous en donner des exemples à un autre moment. Nous n'avons rien entendu de la part de nos homologues dans cette conversation au sujet d'un quelconque accommodement en fonction de ces risques. Ils se contentent de dire: « Non, ils ne sont pas réels », mais ils sont réels.

Avec tout le respect que je vous dois, je ne sais pas où...

● (0950)

Le président: Monsieur Weston, je suis désolé. Je voulais vous accorder un peu plus de temps, mais je dois m'assurer de gérer le temps pour mes collègues. Je vous ai accordé quelques secondes supplémentaires, mais je dois maintenant céder la parole à M. MacGregor.

Je vous remercie.

M. Alistair MacGregor: Merci beaucoup, monsieur le président.

Bienvenue au Comité, monsieur Weston.

La vice-première ministre Freeland et le ministre de l'Industrie Champagne, ont affirmé que tous les PDG avaient convenu de stabiliser les prix des aliments après la réunion de septembre, mais par la suite, le PDG de Metro, Eric La Flèche, a déclaré que cela n'avait eu absolument aucun effet sur les prix. Nous avons des affirmations contradictoires et j'aimerais savoir qui dit la vérité. Est-ce Metro ou le gouvernement libéral?

M. Galen G. Weston: Je ne peux pas parler du point de vue de Metro.

M. Alistair MacGregor: Il a affirmé qu'ils n'ont rien fait du tout. Êtes-vous en accord avec cette affirmation ou avec l'affirmation du gouvernement libéral?

M. Galen G. Weston: Dans notre cas, cette réunion a donné lieu à des prix sensiblement plus bas pour les 35 articles et les catégories dont nous avons parlé ici au Comité. Il est également important de souligner — et c'est peut-être, je pense, le message qu'Eric La Flèche essayait de transmettre — qu'en tant que secteur, nous avons fait des efforts collectifs pendant des mois et des mois. Nous ne voulons pas qu'on en vienne à la conclusion que: « Eh bien, la seule raison pour laquelle les prix des aliments sont plus bas, c'est parce que... ».

M. Alistair MacGregor: Je ne veux pas trop m'attarder sur ce point. Je tenais simplement à obtenir une première réponse à cette première question.

Vous êtes l'ancien PDG de Loblaw. Vous avez changé de poste. Nous vivons dans un pays où sept millions de Canadiens, un nombre record, doivent se tourner vers des banques alimentaires en raison des prix élevés des produits d'épicerie.

Qu'avez-vous à dire à propos de ce chiffre stupéfiant et savez-vous combien de ces Canadiens sont des employés de Loblaw?

M. Galen G. Weston: Quel que soit l'angle sous lequel on examine la situation, avec les défis en matière d'abordabilité dans ce pays, qu'il s'agisse des aliments, du gaz, de factures d'électricité ou des paiements hypothécaires, une pression énorme s'exerce sur les Canadiens. Qu'il y en ait deux, quatre, ou sept millions, il y en a trop.

M. Alistair MacGregor: Savez-vous combien de vos employés ont recours aux banques alimentaires?

M. Galen G. Weston: Je ne sais pas précisément combien d'employés ont recours aux banques alimentaires, mais je suis sûr que le nombre est considérable.

M. Alistair MacGregor: Je pense que la raison pour laquelle cet enjeu est si poignant est que vos magasins vendent des produits de première nécessité, qu'il s'agisse d'aliments, de boissons ou de médicaments. Vous avez dit que vous vous attendiez à ce que les prix des aliments se stabilisent au cours de la prochaine année, mais nous venons de recevoir un rapport indiquant qu'en 2024, le coût annuel pour une famille de quatre personnes devrait dépasser 16 000 \$, ce qui représente une augmentation de 700 \$.

Je pense que beaucoup de familles de ma région verraient ces données et diraient qu'il ne s'agit pas vraiment d'une stabilisation. Elles voient ces chiffres, et c'est leur réalité. Au cours de votre dernier trimestre, le troisième, vous avez enregistré un bénéfice de 621 millions de dollars. Au cours du même trimestre de l'année précédente, il était de 556 millions de dollars.

Aujourd'hui, vous comparez devant nous et vous expliquez votre position sur l'inflation des prix des aliments, mais alors que les habitants de ma circonscription sont aux prises avec ces défis incroyables — on s'attend à ce que les prix des aliments augmentent encore l'an prochain — il semble que les Canadiens ordinaires supportent toute la souffrance et toute la lutte alors que des sociétés comme la vôtre, au coeur de toute cette douleur et de ces difficultés, continuent d'afficher des bénéfices records.

Vous pouvez faire valoir que ces bénéfices ne proviennent pas de l'alimentation, mais vous prenez quand même l'argent des Canadiens dans d'autres domaines, ce qui leur laisse probablement moins d'argent à dépenser pour se nourrir ailleurs.

M. Galen G. Weston: C'est un point important, car pour une épicerie, pour toute entreprise privée, l'objectif est de faire croître le chiffre d'affaires. L'objectif est d'augmenter le nombre de clients. L'objectif est d'investir dans les collectivités, de construire davantage de magasins et d'augmenter les ventes. Si nous parvenons à augmenter les ventes, les bénéfices de l'entreprise augmenteront. D'une certaine manière, une entreprise prospère devrait enregistrer des bénéfices records chaque année, année après année. Ce n'est pas le signe de mauvaises pratiques. C'est simplement le signe d'une entreprise qui fonctionne exactement comme elle le devrait. Sur la valeur totale d'un panier d'épicerie, les bénéfices représentent 3 %. C'est le chiffre le plus bas pour les grands secteurs d'activité au Canada.

Il n'y a aucune preuve de profits exagérés ou d'excès, mais je comprends que les Canadiens ressentent cette pression et qu'ils voient ces gros chiffres en se disant que si cette entreprise ne faisait pas autant de bénéfices, le prix de nos aliments baisserait. Cependant, ce n'est pas ainsi que cela fonctionnerait en réalité.

● (0955)

M. Alistair MacGregor: Merci, monsieur Weston. Mon temps est compté et j'aimerais poser une dernière question.

En ces temps où tant de gens peinent à joindre les deux bouts, y compris de nombreux employés de vos magasins, je pense qu'il est juste de parler de la rémunération des cadres, car honnêtement, le fossé entre la rémunération des cadres supérieurs et la rémunération des employés est devenu un gouffre.

En 2022, votre rémunération totale s'est élevée à 11,7 millions de dollars, soit une augmentation de près de 1,1 million de dollars par rapport aux années précédentes. Je me demandais si vous pouviez expliquer aux Canadiens et probablement à vos employés pourquoi vous gagnez 431 fois plus que l'employé moyen. J'ai une citation d'Unifor, la section locale du syndicat de l'un de vos magasins, qui dit:

Les travailleuses et travailleurs de Loblaw ne supportent plus les écarts hors de contrôle entre leurs salaires, les énormes profits de la société et le coût élevé de la vie. [...] La situation est grave quand les employées et employés de la plus grande chaîne de magasins d'alimentation du Canada peinent à acheter leur propre nourriture, même dans des enseignes à prix réduit comme No Frills.

Que répondez-vous à cela, monsieur Weston?

M. Galen G. Weston: Tout d'abord, je suis extrêmement sensible à la situation des Canadiens qui ont du mal à se nourrir et à la façon dont toutes les pressions sur les coûts qu'ils subissent y contribuent. C'est pourquoi, en tant qu'entreprise, nous nous efforçons de trouver des moyens de faire baisser les prix. Rien qu'au cours des 12 dernières semaines, nous avons investi 438 millions de dollars dans la baisse de prix. Comme je l'ai dit, beaucoup de ces prix sont inférieurs à ce qu'ils étaient il y a quatre ans.

Je comprends que ma rémunération est un chiffre considérable. Il est certain que le chiffre est considérable et je le comprends parfaitement. C'est raisonnable dans le contexte de la rémunération d'autres hauts dirigeants...

M. Alistair MacGregor: Vous pensez que 431 fois la rémunération de votre employé moyen est raisonnable?

Le président: Monsieur MacGregor, votre temps est écoulé. Je vous remercie. En réalité, je vous ai accordé quelques secondes supplémentaires.

Nous cédon la parole à M. Epp pour cinq minutes.

M. Dave Epp: Merci, monsieur le président.

Monsieur Weston, je vous remercie de votre présence.

Je vais décomposer un peu votre déclaration concernant l'adhésion au Code ou l'effet du Code. Si je vous comprends bien, vous dites que l'existence d'un code ne fait pas baisser les prix des produits d'épicerie. Conviendriez-vous que l'existence d'un code, par opposition à l'absence d'un code, ferait baisser les prix relatifs, comme on l'a vu Royaume-Uni, en Irlande et en Australie?

M. Galen G. Weston: Pourriez-vous préciser ce que vous entendez par « prix relatifs »?

M. Dave Epp: Les prix sont inférieurs à ce qu'ils auraient été par ailleurs, compte tenu d'autres facteurs externes.

M. Galen G. Weston: Non, je ne crois pas que ce soit le cas. Je n'ai vu aucune preuve ou nous n'avons pu obtenir aucune preuve du Royaume-Uni, de l'Australie ou de l'Irlande qui laisse croire à l'existence d'un lien entre les codes de conduite mis en oeuvre dans ces pays et des prix nettement plus bas.

M. Dave Epp: Vous avez déclaré publiquement que la mise en oeuvre d'un code, tel que vous le concevez aujourd'hui, ajouterait un milliard de dollars au coût des aliments.

M. Galen G. Weston: Je pense qu'il y a un risque que cela ajoute... Je vous ai donné un exemple précis de l'augmentation de 750 millions de dollars du coût des aliments, et c'est uniquement au sein de notre entreprise, de sorte qu'un milliard de dollars est un chiffre général et important, mais il n'est certainement pas trop élevé.

M. Dave Epp: J'ai moi-même travaillé dans le milieu des affaires et je n'ai aucun problème avec les bénéficiaires. Ce qui me préoccupe, c'est votre relation avec certains grands fabricants et vos marges bénéficiaires. Je le répète, je n'ai aucun problème avec les bénéficiaires. La discussion pourrait porter sur l'ampleur de l'augmentation de la marge brute — 32,3 % contre 30,7 % — survenue au cours de la pandémie. C'est ainsi. Si l'objectif ici est de stabiliser les prix des aliments, il faut pour cela procéder à un ajustement relatif des bénéficiaires ou s'attaquer aux coûts du système.

Quels sont les coûts du système? Je reviens à ces 32,3 %. Les amendes et les frais que vos fournisseurs ont dû payer sont-ils inclus dans cette marge brute, ou sont-ils comptabilisés ailleurs dans les marges de vos centres de distribution?

M. Galen G. Weston: Je ne sais pas précisément où ils sont comptabilisés.

Cependant, je peux vous dire ceci. Comme je l'ai déjà dit, lorsque des frais de non-conformité sont incorporés dans nos échanges commerciaux, ils sont fondés sur un ensemble de critères très précis. Nous faisons plus souvent des exceptions à ces critères que l'inverse, et ces frais de non-conformité ont diminué de près de 50 % au cours des 24 derniers mois.

M. Dave Epp: Vous n'imposeriez pas de frais de non-conformité si vous aviez fait une précommande de 1 000 unités, puis vous la faisiez passer à 5 000, puis peu de temps après...

• (1000)

M. Galen G. Weston: Non.

M. Dave Epp: Très bien, donc catégoriquement, il n'y aurait pas de frais de non-conformité.

M. Galen G. Weston: Catégoriquement, il n'y aurait pas de frais de non-conformité. Du moins, c'est ainsi qu'on me l'a expliqué.

M. Dave Epp: Comme nous l'avons demandé à d'autres PDG, pourriez-vous déposer devant notre comité les amendes et les frais perçus par Loblaw au cours de la période écoulée?

M. Galen G. Weston: Je ne sais pas.

M. Dave Epp: D'autres se sont engagés à le faire.

M. Galen G. Weston: Oui.

M. Dave Epp: Merci. Je vous en suis reconnaissant.

Je vais revenir à la façon dont nous abordons les prix. Les bénéfices relatifs sont une chose. Ce que je vous entends dire, c'est que les coûts font partie du système. Je pense que nous cherchons tous à savoir où nous pouvons intervenir. Vous exploitez des réseaux de distribution, et la taxe sur le carbone est évidemment l'un de ces domaines.

Avez-vous une estimation de ce que la taxe sur le carbone vous coûterait?

M. Galen G. Weston: Non, nous n'en avons pas. Cela s'explique en partie par le fait que nous ne payons pas la taxe sur le carbone, compte tenu de notre position dans la chaîne de valeur par rapport à tout impact sur l'alimentation. Je ne peux pas vraiment m'exprimer en connaissance de cause sur ce sujet, mais je n'ai aucun doute que

tout ce qui augmente les coûts ou exerce une pression sur le système fait partie des éléments que nous devrions examiner.

M. Dave Epp: Alors qui paie la taxe sur le carbone?

M. Galen G. Weston: La taxe sur le carbone est payée par les émetteurs, si j'ai bien compris, dans l'ensemble du système. Si vous êtes un émetteur, vous devez payer une taxe sur le carbone.

M. Dave Epp: Si cette taxe sur le carbone n'existait pas dans le système, cela ferait-il baisser les coûts pour les consommateurs?

M. Galen G. Weston: Je ne sais pas comment cela fonctionnerait, mais il est certain que nous sommes confrontés à un défi mondial en ce qui concerne les émissions de carbone, nous devons donc équilibrer le présent par rapport au développement économique et à l'abordabilité et nous attaquer à ce défi mondial.

M. Dave Epp: La taxe sur le carbone est appliquée à l'ensemble du système à l'heure actuelle, à l'exception du carburant utilisé directement à la ferme. Qui absorbe ce coût en amont si nous sommes censés ne pas le répercuter sur les consommateurs?

M. Galen G. Weston: Je ne peux pas répondre à cette question.

Je pense que tout le monde a la possibilité d'être plus efficace et de chercher des moyens de le devenir. Dans notre cas, il est certain que nous essayons de baisser les prix et de réduire la quantité d'énergie que nous consommons dans l'entreprise.

Le président: Merci, monsieur Epp.

Merci, monsieur Weston.

Vous disposerez de cinq minutes de plus, vous pourrez donc poursuivre cette série de questions si vous le souhaitez.

Monsieur Carr, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Ben Carr (Winnipeg-Centre-Sud, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup, monsieur Weston.

Dans la mesure du possible, si vous pouviez essayer de répondre par oui ou par non, ce serait très apprécié.

Premièrement, pensez-vous que si vous adhérez au Code de conduite des épiceriers, votre marge bénéficiaire personnelle diminuerait, oui ou non?

M. Galen G. Weston: Je ne sais pas.

Notre priorité a été entièrement de déterminer si le Code allait faire baisser le prix des produits d'épicerie ou s'il risquait de l'augmenter. Je pense que vous comprenez notre point de vue.

M. Ben Carr: Craignez-vous que votre marge bénéficiaire personnelle ne diminue en cas d'adhésion à un code de conduite?

M. Galen G. Weston: Non.

M. Ben Carr: Dans les états financiers de Loblaw qui ont été rendus publics récemment, je constate qu'il y a eu 1,3 milliard de dollars de rachats d'actions. Or, il est bien connu que les rachats d'actions sont un moyen pour les investisseurs et les dirigeants de multiplier leurs propres actions et d'en faire augmenter la valeur.

Par conséquent, pensez-vous qu'il serait raisonnable, avec les profits que vous et vos collègues avez générés grâce aux rachats d'actions, de répercuter ces économies sur les consommateurs? Comme M. MacGregor le demandait, pensez-vous que l'augmentation de votre marge bénéficiaire personnelle soit simplement « raisonnable » — comme vous l'avez dit — ou justifiée dans le contexte de votre bénéfice global?

M. Galen G. Weston: Je vous remercie de votre question.

Loblaw réinvestit plus de 100 % de ses bénéfices dans ce pays en immobilisations, avec de nouveaux magasins et de nouvelles infrastructures. Les emplois ne sont pas des immobilisations. Lorsque nous examinons la situation, nous investissons beaucoup plus dans le pays que ce que nous en retirons. C'est un bon point de référence pour déterminer si notre stratégie de répartition du capital est équilibrée ou déséquilibrée. Nous continuerons à investir davantage dans ce pays, car nous y voyons d'importantes occasions.

M. Ben Carr: Pensez-vous que les attentes des Canadiens à votre égard sont injustes? Selon un sondage publié par Abacus ce matin, environ 75 % des Canadiens sont favorables à un code de conduite.

Je répète la question. Pensez-vous que les attentes que 75 % des Canadiens entretiennent à votre égard sont injustes?

• (1005)

M. Galen G. Weston: Je pense que les Canadiens s'attendent de nous et de la chaîne de valeur alimentaire, collectivement, que nous trouvions des moyens de faire baisser les prix des aliments. Je pense que c'est une attente tout à fait raisonnable.

Notre seule préoccupation concernant le Code de conduite est que son libellé actuel crée un risque que le contraire se produise. Je pense que tout le monde devrait s'en préoccuper.

Tout ce que nous demandons, c'est un examen honnête et approfondi de la question. C'est la raison pour laquelle nous avons fourni les documents à votre comité aujourd'hui, afin que vous les ayez sous les yeux, que vous puissiez les examiner vous-mêmes et comprendre que ce que nous disons est vrai — qu'il est raisonnable d'anticiper ce risque. Nous adhérons à un code qui n'augmentera pas le coût des produits d'épicerie pour les consommateurs.

M. Ben Carr: Dans votre déclaration liminaire, ou peut-être était-ce en réponse à l'une des principales questions qui vous ont été posées au début, vous avez dit que l'accord était unilatéral en raison de la façon dont le Code de conduite des épiceries est présenté. Comment peut-on le qualifier d'unilatéral si trois de vos principaux concurrents estiment qu'ils sont en mesure d'adopter ce code tel quel?

M. Galen G. Weston: Selon le libellé actuel du Code, à l'article 2.5, les fabricants ne sont pas tenus de conclure des accords écrits avec les détaillants qui définissent les conditions commerciales de leur relation. Ils ne sont pas tenus de le faire. Malgré cela, nous devons le faire. Nous devons conclure un contrat, à savoir ce code de conduite. En soi, c'est unilatéral et déséquilibré.

C'est le genre de choses que nous voulons que ce code règle. Tout le monde devrait être obligé de conclure un accord et devrait être tenu responsable du respect des conditions de cet accord. Comment peut-on rédiger un contrat ainsi?

M. Ben Carr: C'est satisfaisant. J'aimerais poser une autre question, si vous le voulez bien.

Pouvez-vous nous parler du rôle que les changements climatiques jouent dans le coût des aliments, surtout lorsqu'il y a des inondations, des sécheresses et d'autres changements climatiques apparents? Quel est l'impact sur le coût des produits d'épicerie et, par conséquent, ce que vous pensez devoir répercuter sur les consommateurs?

Le président: Le temps imparti est écoulé, monsieur Weston. Si vous voulez répondre, faites-le très brièvement. Sinon, cinq minutes reviennent aux libéraux.

Monsieur Carr, vous pourrez alors relancer M. Weston.

Répondez très brièvement, monsieur Weston.

M. Galen G. Weston: Il y a des impacts considérables que nous gérons tout au long de la chaîne de valeur sur une base, disons, hebdomadaire.

M. Ben Carr: Je vous remercie.

Le président: Monsieur Perron, vous disposez de deux minutes et demie.

[Français]

M. Yves Perron: Merci, monsieur le président.

Monsieur Weston, j'essaie de résumer tout cela. Vous avez dit tantôt que la meilleure issue possible serait que tout le monde adhère au code. Ensuite, vous m'avez dit que votre entreprise avait été exclue du comité directeur et du comité de travail. Or, selon l'information que j'ai, vous n'y avez pas participé.

Je veux juste être sûr de bien comprendre. Est-ce que votre entreprise a déjà siégé au comité directeur ou au comité de travail qui élabore le code, oui ou non?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Bien sûr, nous avons une équipe composée de trois cadres qui ont participé activement aux discussions sur le Code. Tout ce que j'ai dit, c'est que nous ne faisons pas partie du comité de travail. Nous avons eu l'occasion de donner notre avis, et cet avis n'a pas été retenu.

[Français]

M. Yves Perron: Donc, la réponse est non, vous n'avez pas participé au comité directeur et au comité de travail.

Vous avez mentionné tantôt que, puisque vous aviez une chaîne de magasins de vente au rabais, vous ne pouviez pas vous engager à respecter le code. Pourtant, Metro est prête à s'y engager, et Metro a une chaîne de magasins de vente au rabais, qui est Super C.

Comment expliquez-vous la différence entre vos deux entreprises?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Je n'ai jamais dit que nous ne pouvions pas participer. J'ai simplement dit que le Code comporte quatre éléments et que nous pensons qu'un ajustement de son libellé s'impose. Nous avons proposé ce que nous estimons être des solutions très raisonnables qui, selon nous, permettent d'obtenir le meilleur des deux mondes.

Tout ce que nous demandons, c'est la possibilité de participer à cette discussion de manière constructive.

[Français]

M. Yves Perron: Merci.

Nous nous sommes vus au mois de mars, en compagnie des dirigeants des autres grandes entreprises du secteur. À ce moment, je vous ai demandé à tous les cinq de nous fournir la ventilation des profits. Vous avez tous les cinq répondu que ce n'était pas possible parce que les entreprises étaient en concurrence. Je vous ai alors demandé si vous vous engagiez à fournir ces chiffres au Bureau de la concurrence. J'avais cru comprendre que les cinq m'avaient dit oui. Malheureusement, dans le rapport du Bureau de la concurrence qui a suivi, ce dernier déplorait que des entreprises n'aient pas fourni leurs chiffres.

Est-ce que vous pouvez nous indiquer si Loblaw a fourni les chiffres demandés par le Bureau de la concurrence?

• (1010)

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Oui. Nous les avons fournis à votre comité il y a six mois. Nous avons souscrit pleinement à ce qu'ils ont demandé et nous leur avons remis tout ce que nous pouvions.

Le président: Merci beaucoup, messieurs.

Monsieur MacGregor, vous avez la parole.

M. Alistair MacGregor: Merci, monsieur le président.

Monsieur Weston, la réponse du groupe de travail du secteur sur le Code de conduite à votre entreprise a été assez cinglante. Contrairement à ce que vous affirmez, il a déclaré qu'il n'y avait aucune preuve que le Code entraînerait une hausse des prix des aliments ou aurait un impact négatif sur la capacité des détaillants à répondre à la demande des consommateurs. Au contraire, il a affirmé que toutes les données disponibles montrent que le Code freinera l'inflation des prix des produits d'épicerie.

Votre appréhension à l'égard du Code est-elle davantage due au fait que vous pensez qu'il va nuire au bilan de Loblaw, plutôt que d'avoir un impact négatif sur les consommateurs? Loblaw a présenté des arguments assez solides pour réfuter tout ce que vous avez dit jusqu'à présent.

M. Galen G. Weston: Nous avons des données. Ils ont des données. Nos données sont assez convaincantes à cet égard. Nous les avons exposées en des termes très précis. Je ne pense pas que d'autres l'aient fait aussi précisément. Nous pensons que nos données sont justes.

Il faut un peu de courage pour s'opposer à quelque chose comme cela. Comme je l'ai dit, nous n'essayons pas de l'empêcher. Nous essayons simplement de trouver des moyens de le modifier pour réduire le risque. De nombreux fabricants m'ont dit explicitement qu'ils saluaient notre courage et qu'ils reconnaissaient que ce code était susceptible d'entraîner une augmentation des prix des aliments.

M. Alistair MacGregor: Je vous remercie.

J'aimerais revenir sur mon intervention précédente concernant le recours aux banques alimentaires. J'ai posé cette question à MM. Medline et Gebara.

Le fait est que nous avons des preuves solides que beaucoup de vos employés ont du mal à joindre les deux bouts et que certains ont recours aux banques alimentaires. Je pense qu'il est très pertinent, dans le cadre de notre discussion de l'inflation des prix des aliments, d'examiner également les exemples que donnent différentes sociétés.

Pour votre société, connaissez-vous le nombre — ou êtes-vous intéressé à connaître, en tant que PDG — le nombre de vos employés qui ont recours aux banques alimentaires, parce que cela a un lien direct avec votre capacité à payer un salaire décent?

M. Galen G. Weston: Les prix des aliments sont la raison la plus importante pour laquelle nous sommes ici aujourd'hui, et je peux vous dire que Loblaw croit de tout coeur à une rémunération équitable. Nous offrons des salaires parmi les plus compétitifs du secteur.

Il n'en demeure pas moins qu'une grande partie de nos collègues travaillent à temps partiel, et la raison en est que les clients ne font pas leurs courses tout au long de la journée. Ils font leurs courses le soir et le week-end, et nous avons donc besoin de gens qui travaillent le soir et le week-end. Il doit y avoir des quarts de travail et des emplois à temps partiel.

Les emplois à temps partiel ont tendance à avoir des taux de rémunération plus proches du salaire minimum. Comme vous le savez, nous avons un régime de salaire minimum dans toutes les provinces qui est maintenant indexé sur l'inflation. Depuis 2019, le salaire minimum a augmenté de plus de 20 %, et la rémunération de notre main-d'oeuvre syndiquée, soit la majeure partie de nos employés, a augmenté proportionnellement à cette hausse du salaire minimum.

Il y a toujours des possibilités, mais nous devons nous assurer que nous sommes une organisation productive et efficace, et nous devons le faire en nous assurant que nous payons, évidemment, les salaires justes pour le secteur. Si vous prenez notre salaire moyen en tant qu'entreprise, il dépasse les 19 \$ l'heure, ce qui est considéré, en général, comme un salaire décent.

Le président: Merci, monsieur Weston.

Merci, monsieur MacGregor.

Chers collègues, la fin de notre réunion est proche, mais M. Weston a pris le temps d'être ici. Je m'en voudrais de ne pas utiliser tout le temps qui nous est imparti, nous pouvons donc prolonger de 15 minutes et c'est ce que je vais faire.

Madame Rood, allez-y, puis nous entendrons Mme Taylor Roy. J'aurai quelques questions à poser à M. Weston à la fin.

Madame Rood, vous avez la parole pour cinq minutes.

Mme Lianne Rood: Merci, monsieur le président.

Merci, monsieur Weston, d'être venu en personne. C'est un plaisir de vous voir assis à la table pour discuter face à face.

En ce qui concerne les amendes et les frais, pour préciser ce que mon collègue disait, pourriez-vous déposer le total des amendes et des frais payés pour 2023? Je fais simplement cette demande.

Tout à l'heure, vous avez parlé de l'étiquetage sur le devant de l'emballage et du fait que cela va représenter des coûts de 8 milliards de dollars. Vous avez dit aussi que la nouvelle interdiction des plastiques P2 pour l'emballage des aliments coûterait 6 milliards de dollars.

Ces coûts sont-ils répercutés aux consommateurs et augmentent-ils le prix des aliments? Cette mesure produira-t-elle un gaspillage alimentaire et aura-t-elle une incidence sur la disponibilité des aliments?

• (1015)

M. Galen G. Weston: Je ne pense pas avoir dit que l'étiquetage sur le devant de l'emballage coûterait 8 milliards de dollars. Je n'ai pas de chiffre à cet égard. En ce qui concerne les plastiques P2, c'est 6 milliards de dollars, et oui, tous ces coûts sont des pressions sur les coûts qui finiront probablement par être supportés par les consommateurs.

J'aimerais simplement rappeler au Comité que la raison en est que, si vous avez une augmentation de 80 % du coût de votre modèle d'affaires et que votre bénéfice est de 2 ou 3 %, vous êtes obligés de répercuter une grande partie de ces augmentations de coûts.

Mme Lianne Rood: En fin de compte, les consommateurs paieraient plus cher pour les aliments frais si cette interdiction des plastiques était mise en oeuvre.

M. Galen G. Weston: Je pense que c'est le cas, oui.

Mme Lianne Rood: À votre avis, l'échéancier imposé par le gouvernement libéral pour l'interdiction des plastiques est-il un objectif réaliste?

M. Galen G. Weston: Comme je l'ai dit, Loblaw est à l'avant-garde de la réduction des emballages en plastique, et nous travaillons de concert avec de nombreux fabricants pour innover dans ce domaine. Nous pensons qu'il sera très difficile de respecter les échéanciers actuels tels qu'ils ont été établis.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Le gouvernement a menacé les épiciers d'un impôt sur les bénéfices excédentaires si les prix des aliments ne se stabilisaient pas d'ici le début de 2024. Selon le rapport sur le prix des aliments publié aujourd'hui, l'inflation ne se stabilisera pas et une famille moyenne paiera 700 \$ de plus l'an prochain.

L'impôt exigé des épiciers permettra-t-il de réduire le prix des aliments pour les Canadiens?

M. Galen G. Weston: Non, je ne crois pas.

Mme Lianne Rood: Je vous remercie.

Lors de votre comparution devant nous au printemps dernier, j'ai attiré votre attention sur certaines pratiques déloyales de votre société envers nos agriculteurs et nos producteurs, en particulier, et sur certaines amendes que votre société leur imposait. Vous aviez alors déclaré que vous alliez revoir cette pratique.

Votre société a-t-elle modifié la manière dont elle traite les agriculteurs et les petits fournisseurs?

M. Galen G. Weston: Certainement.

L'instauration du programme des petits fournisseurs en est probablement la manifestation la plus connue. Les réactions que nous avons reçues des petits fournisseurs et fabricants ont été extrêmement positives, et nous continuons à chercher des moyens de le faire. Nous sommes en train de revoir nos frais de non-conformité pour nous assurer qu'ils sont justes et justifiables, et c'est ainsi que je sais que nos frais ont baissé de près de 50 % cette année. Je crois que c'est le chiffre exact. Nous appliquons des normes très transparentes et rigoureuses pour déterminer dans quelle situation ces frais s'appliquent.

Nous pensons qu'il est possible de faire preuve de plus de transparence au sujet de ces frais afin que les fabricants les comprennent et qu'ils ne soient pas une surprise pour eux. Nous pensons que c'est la surprise qui est le plus gros problème ici, et si nous pouvons ré-

soudre ce problème, une grande partie de cette frustration disparaîtra probablement.

Mme Lianne Rood: Merci beaucoup.

Je cède le reste de mon temps de parole à M. Lehoux.

[Français]

M. Richard Lehoux (Beauce, PCC): Merci, madame Rood.

Monsieur Weston, j'aimerais poursuivre dans la même veine que Mme Rood.

Selon les chiffres actuels, plus de 5 milliards de dollars en amendes ont été payés par les différents fournisseurs. Pouvez-vous nous dire comment vous établissez les conditions des ententes que vous avez avec vos fournisseurs? Pouvons-nous avoir ces détails?

Vous comprendrez que la mise en place d'un code de conduite aurait des répercussions très importantes à cet égard. En effet, 5 milliards de dollars, c'est beaucoup d'argent.

Comment établissez-vous ces pénalités? Pouvez-vous nous parler des modèles que vous utilisez, monsieur Weston?

[Traduction]

M. Galen G. Weston: Je vais certainement en prendre bonne note. Il pourrait être très utile de communiquer une partie de cette information.

Je ne sais pas d'où vient le chiffre de 5 milliards de dollars. Ce n'est certainement pas notre chiffre. Comme je l'ai dit, les frais de non-conformité ont considérablement diminué au cours des deux dernières années. Au fur et à mesure que les niveaux de service des fournisseurs s'améliorent, nous nous attendons à ce que ce chiffre continue à baisser.

Le président: Merci, monsieur Weston.

Merci, monsieur Lehoux.

[Français]

M. Richard Lehoux: Merci.

[Traduction]

Le président: Nous cédon la parole à Mme Taylor Roy pour cinq minutes.

Mme Leah Taylor Roy: Merci, monsieur le président.

Monsieur Weston, merci d'être revenu nous voir en personne. Je vous en suis reconnaissante. Il y a tellement de questions que je pourrais vous poser.

Entre autres choses, je tiens à parler des mesures que notre gouvernement a prises pour résoudre les problèmes à long terme dans notre pays. Il s'agit, par exemple, des plastiques P2.

Évidemment, en ce qui concerne la lutte contre les changements climatiques, comme vous l'avez dit, l'augmentation du coût des produits d'épicerie a été motivée en grande partie par... En fait, nous avons entendu la dernière fois qu'un des magasins s'attend à ce que le prix du jus d'orange augmente de 38 % en raison des effets du climat sur les récoltes dans différents pays.

Je sais que c'est la mission des gens d'affaires de se concentrer sur le profit à court terme et la valeur pour l'actionnaire. C'est le rôle du gouvernement de penser à des enjeux plus larges et pas forcément au court terme.

Au sein du comité de l'environnement, où je siège actuellement, nous étudions l'eau potable. Les microplastiques présents dans l'eau et leurs effets sur la santé humaine suscitent de vives inquiétudes. Bien sûr, cela a une incidence énorme sur les coûts des soins de santé à long terme. Je vous suis reconnaissante de travailler sur des solutions à ce problème en tant qu'utilisateur majeur de plastiques.

Nous devons trouver un équilibre entre l'établissement d'objectifs ambitieux pour motiver les gens et leur demander d'opérer des changements, et la prise en compte des incidences pour les entreprises. Vous avez dit que vous ne pensiez pas que l'échéancier de deux ans et demi était raisonnable pour trouver une solution. Vous y travaillez depuis un certain temps. Le secteur connaît notre ambition et notre volonté de protéger la santé des Canadiens en apportant ces changements.

Pourquoi pensez-vous qu'il n'y a pas eu de solution, et quand pensez-vous qu'elle pointerait à l'horizon?

• (1020)

M. Galen G. Weston: C'est une excellente question.

Je dirais que nous sommes une entreprise familiale. Notre famille est dans ce secteur d'activité depuis quatre générations, et nous pensons donc nous aussi au long terme. C'est pourquoi nous sommes si ambitieux dans nos objectifs vers la carboneutralité. C'est pourquoi je copréside un effort mondial pour les détaillants du secteur manufacturier de trouver des moyens de réduire les déchets plastiques dans l'ensemble du secteur.

Des entreprises représentant un chiffre d'affaires de plus de 2 000 milliards de dollars dans le secteur manufacturier et le commerce de détail servent à respecter ce que nous appelons les « règles d'or de conception » pour réduire les déchets plastiques. Nous sommes de fervents défenseurs de la responsabilité élargie des producteurs, une innovation canadienne. Nous pensons que c'est en modifiant la conception du système que nous obtiendrons les résultats les plus probants.

Nous devons travailler en étroite collaboration avec les ministères de l'Environnement à l'échelle provinciale et fédérale pour nous assurer de mettre en place des politiques qui sont réalisables et qui vont réellement avoir un effet constructif.

Cette mesure contre les P2 est un objectif très ambitieux, mais elle n'est pas facile à mettre en oeuvre. En fait, je pense que je dirais qu'il est impossible de le faire dans ce délai.

De combien de temps de plus avons-nous besoin? Je ne connais pas la réponse, mais je peux vous dire ceci: je trouve vraiment encourageant le degré de mobilisation du secteur, globalement, à cet égard, je pense donc que nous y parviendrons.

Mme Leah Taylor Roy: Si vous pouviez vous renseigner auprès des personnes qui travaillent sur ce sujet dans votre entreprise, j'aimerais connaître ce qui est fait précisément et quand vous entrevoiez une solution.

L'autre sujet que je tenais à aborder est le programme du prix de la pollution. Comme vous l'avez dit, vous vous êtes engagés à atteindre la carboneutralité. Il est évident que, comme nous, vous croyez à l'existence d'une crise climatique. L'opposition invoque souvent le prix de la pollution pour expliquer les prix élevés des aliments. Cependant, dans de nombreux pays sans prix de la pollution, les prix des aliments sont plus élevés qu'ici. L'inflation alimentaire y est plus élevée.

Il s'agit d'une approche fondée sur le marché, avec les remises de l'incitatif à agir pour le climat que nous versons aux Canadiens. La plupart des Canadiens récupèrent plus qu'ils ne paient. En fait, les études les plus récentes montrent que 93 % des ménages gagnant moins de 50 000 \$ récupèrent plus qu'ils ne paient. C'est un moyen efficace d'essayer de réduire les émissions, comme vous le faites avec votre objectif de carboneutralité.

Que pensez-vous des programmes comme celui-ci, dans le cadre desquels nous essayons de modifier le comportement des consommateurs lorsqu'il existe d'autres solutions et d'utiliser un outil basé sur le marché comme celui-ci pour lutter contre les changements climatiques?

Le président: Vous disposez d'environ 30 secondes, monsieur Weston.

M. Galen G. Weston: Écoutez, il est certain que je pense que les solutions basées sur le marché sont essentielles pour modifier le comportement économique et le comportement des consommateurs au fil du temps. Nous nous trouvons dans une situation difficile parce que nous essayons maintenant de gérer le coût de la vie en tenant compte d'incitatifs à long terme à modifier les comportements. Je pense que nous devons continuer à travailler sur des moyens de faire les deux.

Le président: Merci, madame Taylor Roy.

Monsieur Weston, je vais exercer ma prérogative et prendre quelques minutes pour poser quelques questions. J'essaierai de faire le plus vite possible.

Une partie de votre déclaration liminaire portait sur le fait que le Code de conduite n'allait pas forcément réduire les prix des produits d'épicerie. Je suis d'accord avec vous sur ce point. Nous devons être très transparents sur ce que le Code fait et ne fait pas. Nous ne pouvons pas dire aux Canadiens qu'un code de conduite des épiciers va entraîner une baisse considérable des prix, mais notre comité a également une obligation envers la chaîne d'approvisionnement et les agriculteurs qui approvisionnent vos magasins.

Vous avez parlé de votre inquiétude au sujet de l'augmentation des prix. Je regarde un graphique de M. Charlebois, qui présente les augmentations de prix sur 10 ans dans les pays qui ont un code et dans ceux qui n'en ont pas. Je constate que beaucoup d'éléments entrent en ligne de compte dans le prix des aliments, mais je veux approfondir ce que vous nous avez fourni plus précisément.

Vous avez évoqué l'article 2.5, et j'aimerais le lire au bénéfice de tous. Il stipule ce qui suit:

Aux fins du Code, un accord est tout ce qui définit les éléments matériels d'une relation entre les parties commerciales. Il peut s'agir de contrats, de factures, de bons de commande, de connaissements, de courriers électroniques et d'autres formes de documents mutuellement acceptés qui témoignent d'une entente entre les parties.

J'ai exercé le métier d'avocat pendant une brève période. Je ne possède peut-être pas l'expérience de certains de vos avocats en droit des affaires chez Loblaw, mais si vous avez un courriel, un connaissement ou un paiement quelconque, il est certain qu'il y a été question du prix auquel le produit allait être facturé. Je comprends que ce n'est peut-être pas l'accord commercial inattaquable que vous recherchez, mais je pense à un agriculteur de ma circonscription qui vous fournit des produits. L'un de vos agents chez Loblaw dit: « Écoutez, nous allons acheter des tomates à un prix x ». Il s'agit d'un contrat, alors explicitement, qu'est-ce que...?

Vous parlez de négociateur de bonne foi. Ce sont des exemples, à tout le moins, d'un accord commercial entre votre société et un fournisseur. Pourquoi cela ne vous suffit-il pas? Pourquoi ce code pose-t-il problème, précisément?

Vous parlez de négociateur de bonne foi, alors qu'est-ce qui ne correspond pas explicitement...? S'il y avait une facture ou un bon de commande, il y a forcément eu une conversation sur les conditions. Peut-être que ces accords ne sont pas aussi exclusifs ou haut de gamme que ceux conclus avec un grand fabricant de produits alimentaires, mais pourquoi pose-t-il un si grave problème pour vous?

• (1025)

M. Galen G. Weston: Le problème est le déséquilibre. Nous sommes d'avis que si nous attendons d'un détaillant qu'il s'engage à respecter un ensemble de conditions contractuelles détaillées, un fabricant devrait avoir la même responsabilité. Il s'agit de faire en sorte que nous ayons tous le même document qui précise les conditions sur lesquelles nous nous sommes mis d'accord et la base sur laquelle nous devrions mener nos affaires.

Selon nous, le libellé actuel du Code doit être interprété comme s'il imposait une norme plus élevée au détaillant qu'au fabricant. Par conséquent, ces fabricants peuvent venir et modifier le coût ou refuser d'accepter de modifier les conditions commerciales, et nous ne pourrions pas faire la même chose.

Nous demandons simplement d'équilibrer cette équation de sorte que les deux parties soient tenues de respecter le même ensemble de normes.

Le président: On dit ici que: « Il nous apparaît normal qu'un fournisseur ne puisse bénéficier des avantages du Code que s'il a conclu une entente écrite avec un détaillant précisant les modalités commerciales ». Monsieur Weston, l'idée du Code n'est-elle pas de fournir des éléments fondamentaux?

Je peux le comprendre lorsque vous négociez avec Pepsi... Ce sont deux conversations différentes. Cependant, l'idée du Code ici — et vous l'avez reconnu dans votre propre témoignage — pour les petits fabricants ou fournisseurs de produits alimentaires, est de créer une certaine transparence et certains éléments auxquels ils peuvent se raccrocher.

Je suppose que je vais vous demander si l'on envisage que les grands fabricants ne soient pas forcément soumis à ce code, et que celui-ci s'appliquerait aux petits transformateurs de produits alimentaires. Qu'en est-il?

Je peux comprendre que si vous négociez avec Pepsi, cette relation est différente que si vous négociez avec un agriculteur de ma circonscription. S'ils essaient simplement d'établir des principes encadrant les négociations, pourquoi s'agirait-il d'une quelconque façon d'une atteinte aux pratiques commerciales attendues dans ce pays?

M. Galen G. Weston: Comme nous l'avons dit, les principes énoncés dans le Code, surtout en ce qui concerne votre point, c'est-à-dire la manière d'améliorer les relations entre les détaillants et les fabricants, sont tout à fait valables. Ce qui nous préoccupe, c'est que le libellé lui-même crée ces vulnérabilités qui engendrent ce risque.

Vous avez tout à fait raison. Pour nous, le plus grand risque réside dans la façon dont le Code est rédigé, à savoir que des fabricants beaucoup plus importants que les détaillants canadiens exploitent le libellé au détriment du consommateur canadien.

Le président: Ce sera ma dernière question, très brièvement.

Vous avez parlé de l'exécution des commandes. Vous dites aux consommateurs: « Écoutez, nous allons avoir tel produit à tel prix ». Vous avez ensuite dit que les fabricants de produits alimentaires ne fournissent pas le produit que vous attendiez.

Nous avons entendu des exemples, tant en privé et même devant notre comité, je pense, de la possibilité que des amendes importantes soient infligées si quelqu'un ne fournissait que 98,5 % de la quantité de produits attendus. Selon vous, quelle est la proportion raisonnable? Si vous demandez 50 000 unités d'un certain produit et qu'on en livre que 98,5 %, est-il raisonnable qu'un détaillant en alimentation soit en mesure d'imposer de tels frais?

Je comprends que vous voulez des certitudes. Je le comprends, monsieur Weston, mais dans certaines circonstances, cela peut augmenter les coûts des aliments tout au long de la chaîne d'approvisionnement, des coûts qui sont répercutés sur les consommateurs. Dans un tel contexte, qu'est-ce qui est raisonnable?

Lorsque j'examine la disposition, on dit qu'il y a une clause sur le caractère raisonnable de sorte que l'on ne peut pas imposer une amende à moins que l'entreprise n'ait vraiment pas exécuté sa commande dans une mesure flagrante par rapport aux modalités commerciales.

• (1030)

M. Galen G. Weston: Vous avez tout à fait raison. Le caractère raisonnable est l'un des domaines sur lesquels nous nous concentrons parmi les possibilités d'améliorer le Code.

Notre point de vue est que, si nous pouvons le modifier de manière à ce que les pratiques nécessaires qui permettent au détaillant — dans notre cas, servons-nous-en à titre d'exemple — de tenir les fabricants responsables demeurent et qu'il y ait des seuils de caractère raisonnable sur lesquels nous pouvons tous nous mettre d'accord... S'ils dépassent ce seuil du caractère raisonnable, ou s'ils ont un comportement injustifié d'une manière ou d'une autre, ils s'exposent à certaines conséquences ou à une forme de règlement.

Vous parlez exactement de ce dont nous parlons. Je pense qu'il y a simplement un désaccord sur la question de savoir si le libellé actuel tient compte de ce facteur du caractère raisonnable comme il se doit.

Le président: Aimerez-vous nous donner une idée de l'endroit où se situerait ce seuil pour vous? Qu'il s'agisse de grands fabricants de produits alimentaires ou de plus petits, ce seuil est-il de 95 %? De 90 %?

Avez-vous des idées en tête, ou avez-vous fourni quoi que ce soit au gouvernement à ce sujet?

M. Galen G. Weston: C'est un peu compliqué, parce que ce calcul est effectué sur une moyenne de 12 semaines, et non sur un moment précis. Dans ce contexte, un taux de 98 % donne l'impression qu'il n'y a absolument aucune marge d'erreur, tandis qu'en réalité, il y en a une. N'oubliez pas qu'il s'agit de quantités qui sont convenues d'emblée. Si quelqu'un dit: « Je conviens de vous fournir 100 produits » et qu'il ne vous les fournit pas, c'est un problème.

Lorsque vous faites des exceptions dans 60 % des cas, je pense que cela montre que le détaillant est raisonnable, mais aussi que, si nous avons autant d'exceptions, il devrait être possible d'améliorer l'algorithme. C'est une question sur laquelle nous travaillons.

Le président: Merci beaucoup, chers collègues, de m'avoir permis de poser quelques questions.

Merci à nos interprètes de nous avoir accordé un peu plus de temps.

Je vous remercie, monsieur Weston, de votre présence. Joyeux Noël et joyeuses Fêtes.

Chers collègues, nous serons de retour lundi. Nous accueillerons M. La Flèche, de Metro, pour la première heure. Ensuite, nous recevrons des représentants de l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes, de l'Association des producteurs maraichers du Québec, et du Centre for Future Work. C'est notre programme pour lundi.

Bon week-end, chers collègues.

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>