fédération
des acef du
québec

Halte à la hausse des prix!

3

4e congrès
Décembre 1973

INTRODUCTION

Ce texte est le résultat des travaux du front commun des quatre Centrales syndicales auxquelles s'est jointe la Fédération des ACEF du Québec.

Nous tenons cependant à souligner que les travaux du comité technique sur l'inflation ne sont pas encore terminés et que des modifications ultérieures à ce texte sont possibles au cours des prochaines semaines, avant que le document ne soit devenu définitif.

Si telle est la volonté des délégués de ce congrès de la Fédération des ACEF, nous poursuivrons notre collaboration avec ce front commun.

Le Service de Recherche des ACEF du Québec.

LA BATAILLE DE L'INFLATION

LA HAUSSE DU PRIX DES ALIMENTS

POSITION DES GROUPES POPULAIRES

Depuis toujours, et de façon drastique, depuis quelque temps, les augmentations de salaires obtenues difficilement par les syndiqués ont été récupérées par de puissants industriels qui "font la pluie et le beau temps" quant à la fixation des prix de vente. De même, les pensions et les allocations de bien-être ont été rongées implacablement, provoquant ainsi des privations et de la misère chez les citoyens moins fortunés.

C'est la majorité des salariés et des gens à faibles revenus qui y perdent au "jeu de l'inflation".

POUVOIR D'ACHAT DU DOLLAR

Année	Valeur constante du dollar
1961	$ 1.00
1962	.99
1963	.97
1964	.95
1965	.93
1966	.90
1967	.87
1968	.83
1969	.80
1970	.77
1971	.75
1972	.72
1973 (mars)	.69

Le pouvoir économique a utilisé au cours des dernières années son arme la plus dévastatrice contre les groupes populaires et les travailleurs en particulier: l'inflation. S'il en est ainsi, c'est parce que nous croyons que cette arme est laissée entièrement entre les mains des possédants - avec l'accord tacite de leur pouvoir politique que sont les gouvernements-. Nous voulons mener une vaste opération de sensibilisation et d'information pour démontrer comment ce processus fonctionne actuellement en ce qui concerne le prix des aliments d'abord. Notre objectif est de protéger le pouvoir d'achat populaire, et pour cela, il faut que dorénavant les prix soient fixés sur la place publique.

Nous exigeons du système capitaliste qu'il justifie ses décisions devant ceux qui le font vivre. Si les détenteurs du pouvoir économique n'ont rien à se reprocher comme ils l'avouent, ils auront au moins l'occasion, par des mécanismes permanents de justification, de démontrer leur innocence. C'est tout ce que nous demandons pour l'instant.

Cependant, ceci n'est qu'un début; au cours de l'année, nous attaquerons également les profiteurs dans les autres domaines de la consommation, tels l'habitation, l'habillement, le transport, les soins personnels, pour pouvoir alors cerner, dans toutes ses dimensions, les fondements mêmes de l'inflation capitaliste.

1.- Les données du problème

a) La machine s'est détraquée

Jusqu'en 1965, le coût de la vie augmentait à un rythme que l'on s'était habitué à considérer acceptable, soit moins de 2% par an. Cependant, ce taux a doublé dans les cinq années qui ont suivi, pour se stabiliser à 3% environ au début des années '70, grâce surtout à la guerre des prix que se sont livrées les grandes chaines d'alimentation. C'est en 1972, qu'à nouveau, la machine se détraquait pour atteindre près de 5% d'augmentation, puis ce fut la débâcle complète avec une augmentation générale au cours de la dernière année de 8.5%. C'est de la folie furieuse. La voracité du pouvoir économique ne semble plus avoir de borne. Nous voyons, dans le tableau qui suit, le rythme annuel de croisière de l'inflation depuis juin 1971.

AUGMENTATION PROCENTUELLE DE L'IPC SUR LA BASE DU MEME MOIS, UN AN PLUS TOT

	1971	1972	1973
janvier	1.6%	4.9%	5.7%
février	1.7	4.9	5.8
mars	1.9	4.6	6.0
avril	1.9	4.5	6.5
mai	2.4	4.2	7.3
juin	2.4	4.1	8.1
juillet	2.8	4.5	7.7
août	3.4	4.7	8.3
septembre	3.5	5.3	8.5
octobre	3.5	5.3	
novembre	3.9	5.1	
décembre	5.0	5.1	

b) La machine à profit a frappé dans l'alimentation

Cette poussée vertigineuse des prix provient principalement du coût des aliments. On peut dire, en effet, que l'augmentation des prix des aliments est responsable pour 50% environ de la hausse globale du coût de la vie. N'eût été la voracité des grands dans ce secteur, l'indice du coût de la vie se serait maintenu à peu près au même niveau que l'an dernier, soit un peu plus de 4%, ce qui était déjà inadmissible et comparable aux taux de 1969 et 1970.

C'est au mois de juillet, l'an dernier, qu'a débuté cette hausse continue des prix dans l'alimentation. De septembre '72 à septembre '73, l'augmentation globale atteignait,dans ce secteur, 16%.

Le déclic avait été annoncé quelques mois plus tôt et le mouvement était attendu des pouvoirs publics; seule l'ampleur a pu surprendre les uns et réjouir les autres. Après avoir "été tous gagnants", comme le voulait la publicité, dans la guerre des prix de 1971, il nous a fallu passer au "cash", au cours de la dernière année et ce n'est pas fini....

c)"Et surtout à cause des viandes"

Au moins 40% de la hausse dans l'alimentation est attribuable à la hausse du prix de la viande, et tout particulièrement au boeuf et au porc; évidemment, le poisson a suivi le courant. Les viandes comptent pour le tiers du budget alimentaire familial au Canada, d'où son influence considérable dans la hausse des prix alimentaires. L'inflation, c'est contagieux, car le mouvement amorcé dans le prix des viandes s'est vite répandu - et pourquoi pas - aux autres items du budget alimentaire. Voyons le comportement du prix des différents biens alimentaires.

TAUX DE CROISSANCE DES PRIX DE VENTE POUR LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Items	Sept.'72/Sept.'73
Alimentation	16.2
Boeuf	29.4
Porc	37.1
Autres viandes	30.8
Poissons	25.5
Volailles	47.5
Oeufs	50.1
Produits laitiers	10.8
Produits laitiers incluent le beurre	9.7
Huiles et matières grasses incluant le beurre	5.2
Huiles et matières grasses sans le beurre	6.5
Produits céréaliers	13.8
Fruits en conserve	16.5
Fruits frais	23.6
Légumes en conserve	7.9
Légumes frais	-0.4
Denrées diverses	3.8
Importations directes de produits alimentaires	13.3
Repas au restaurant	n.d.

Source: Bureau fédéral de la Statistique

d) Tous ne sont pas frappés de la même façon

L'alimentation, comme nous l'avons mentionné, constitue une part importante du budget familial, mais son importance se fait davantage sentir à mesure que le revenu décroît. Tandis que, pour un niveau de revenus de l'ordre de $4,000 à $5,000 par année, le poids des dépenses d'alimentation représente 23.7% des revenus de ces familles; pour un niveau de revenus de plus de $15,000, les même dépenses ne constituent que 13.4% du revenu. Il est donc évident que les salariés à bas revenus sont

plus touchés par la hausse des prix alimentaires, d'où l'urgence, pour les groupes populaires, de lutter avec acharnement contre l'inflation.

Il est important de clarifier quelles sont les causes de l'inflation. Dans l'avalanche des arguments que nous ont servis les détaillants, les producteurs, les agriculteurs, plusieurs éléments, qui n'ont pas toujours été expliqués correctement, ont fait partie de la panoplie des explications chargées de nous faire accepter les hausses de prix.

La rareté des produits alimentaires et la hausse des coûts de production ont été les armes favorites du milieu des affaires.

En ce qui nous concerne, il faut également considérer la spéculation, l'armée des intermédiaires, les profits et finalement le système économique capitaliste en propre.

2.- Est-ce que la rareté des produits alimentaires cause l'inflation?

La rareté des produits alimentaires semble actuellement générale et mondiale; on lit régulièrement, dans les journaux, que cela justifierait les augmentations de prix que nous connaissons depuis l'année dernière. Mais, d'abord, qu'est-ce qui cause la rareté dans le secteur de l'alimentation?

La première cause qui vient à l'esprit est la température, soit du fait de sécheresse, de pluies, de grêle, de gels ou d'autres fléaux naturels. Généralement, ces fléaux ne se produisent pas dans tous les pays en même temps. La plupart des Québécois se souviennent qu'au Québec, en 1972,

Faute de planification gouvernementale, la production canadienne de blé ne suffisait pas à la demande et les stocks existants faisaient l'enjeu des spéculateurs qui prévoyaient une mauvaise récolte. Compte tenu des informations que le gouvernement fédéral était en mesure de connaître sur l'état des cultures dans les autres pays et la rareté prévisible du blé dans cette circonstance, tous les produits du blé au Canada devenaient l'enjeu des spéculateurs. Le manque flagrant de planification du gouvernement fédéral dans ce domaine s'est traduit par une rareté du blé au pays et des hausses de prix que les consommateurs ont dû absorber.

Enfin, citons un cas de mauvaise organisation qui crée la rareté: le contrôle des prix des produits alimentaires décrété par le président Nixon. Comme ce contrôle ne s'appliquait pas aux produits entrant dans la fabrication des produits alimentaires, il a entraîné des pertes de revenus et même des pertes nettes pour les producteurs américains. Car, ceux-ci devaient vendre leurs produits à un prix fixe, alors que le prix des intrants utilisés dans la production de ces biens alimentaires continuaient d'augmenter. Ces pertes ont poussé des agriculteurs à tuer leurs jeunes poussins, à vendre leurs truies alors qu'elles attendaient une portée ou à garder leurs bovins au-delà de la limite de temps souhaitée. Il y a donc eu rareté provoquée par une mauvaise administration.

Comme on le constate dans ces deux derniers exemples, les politiques conjoncturelles des gouvernements ont eu des retombées inflationnistes.

Le problème est de savoir si la rareté d'un produit doit nécessairement justifier une hausse des prix. Que la rareté provoque actuellement la hausse des prix, cela est

indiscutable: tous les jours nous pouvons le constater.

Que la rareté d'un produit soit naturelle ou provoquée, il n'y a, à notre avis, aucune nécessité économique absolue qu'elle provoque une hausse des prix.

L'équation rareté: hausse des prix ne doit pas être une règle absolue de distribution des biens et de fonctionnement de tout système de production.

Il n'y a en effet aucune raison économique absolue d'effectuer la répartition de produits rares par le procédé de la hausse de prix. Reconnaitre ce procédé, cela implique qu'il existe vraiment une équivalence entre ceux qui ont les moyens de payer plus cher, au niveau des entreprises comme au niveau des individus, et ceux qui ont besoin de ces produits.

Comme on peut le constater, quand on nous parle de rareté, on ne prend jamais la peine de faire des nuances, à savoir si c'est un type de rareté dit naturel ou rareté provoquée. Ce qui nous parait évident, c'est que le phénomène économique de rareté favorise la spéculation, la hausse disproportionnée des prix et donc devient une cause importante d'inflation.

Il y a donc, selon nous, deux moyens de régler le problème de la rareté. Tout d'abord, s'il s'agit de rareté naturelle d'un bien, il faudrait procéder à la distribution de ce bien par voie réglementaire, i.e. distribuer ce bien sous contrôle gouvernemental et selon les besoins réels des consommateurs. En second lieu, pour les "raretés" provoquées, là, il faudrait, à notre avis, une intervention gouvernementale qui planifie davantage l'organisation de la production des biens sujets à la spéculation. La rareté en somme ne peut être invoquée comme une donnée intouchable devant laquelle le consommateur n'a d'autre choix que de s'agenouiller.

3.- Qu'est-ce que la spéculation?

Le marché de la bourse ou mieux, le marché de spéculation est un reflet du marché réel. L'agriculteur ne vend pas directement à la bourse, à moins qu'il désire vendre à l'avance une partie de sa récolte. Le marché réel dans les grains ou le marché des viandes se situe lorsque l'agriculteur vend son produit à un marchand de grain ou à un abattoir et lorsque l'abattoir revend son produit au détaillant ou au supermarché. Le marché boursier est un marché parallèle où certaines personnes ou organisations prennent des risques sur l'avenir en espérant faire beaucoup d'argent de cette façon-là. Lorsque les prix augmentent, les spéculateurs font de l'argent puisqu'ils vendent à un prix supérieur à celui qu'ils avaient acheté. Donc, depuis un an, en alimentation, peu de spéculateurs ont perdu de l'argent.

Nous verrons comment s'infiltre la spéculation dans les règles du jeu établies pour distribuer les biens entre les producteurs et les clients. Prenons l'exemple de la production et de l'échange des grains. Tout d'abord, les premiers types d'échanges interviennent lorsque l'agriculteur vend son produit à un marchand de grains; le producteur généralement ne vend donc pas son grain à la Bourse, mais il se base sur le prix affiché à la Bourse pour vendre son grain au courtier. Puis, dans une deuxième étape, les marchands de grains mettent leur produit en vente à la Bourse. C'est un mécanisme de centralisation de l'offre des grains. Les utilisateurs de grains- c'est-à-dire la demande - peuvent alors acheter à la Bourse les grains selon leurs besoins. Jusqu'ici, tout va bien, car ceux qui ont des grains à vendre et ceux qui en ont besoin, peuvent se rencontrer - chaque producteur ne pouvant évidemment pas faire le tour du pays et du monde pour vendre son grain -.

Mais, ce mécanisme de distribution qu'est la Bourse - et c'est là que les choses se gâtent - donne prise à la spéculation et le marché boursier devient alors un foyer inflationniste.

Dans les situations de rareté naturelle ou provoquée, la surenchère qui peut sévir sur le marché boursier, où chaque spéculateur veut faire un profit rapide, conduit à une spirale inflationniste. De plus, comme tous les agents boursiers ne sont pas informés de la même façon - certains disposent de canaux d'information privilégiés -, les activités boursières peuvent être manipulées.

Premier exemple: rareté et spéculation

Au Canada, l'an dernier, il s'est produit 50 millions de boisseaux de colza et il s'en est vendu 1 milliard de boisseaux à la bourse de Winnipeg. Le colza a donc changé de mains environ 20 fois au cours de l'année, chaque spéculateur prenant son bénéfice. Au bout de la ligne, le consommateur a dû faire les frais de ces transactions multiples. Pour la même période, le soya changea 14 fois de mains et son prix enregistrait une augmentation de 600%.

Une multitude d'autres produits alimentaires de base ont fait l'objet de spéculation. A la bourse de Chicago - Chicago Mercantile Exchange -, première bourse nord-américaine pour les denrées alimentaires de base, depuis 1968, on assiste à la multiplication des contrats boursiers. En 1972, 4.4 millions de contrats boursiers furent échangés contre 1.8 million en '68; en cinq ans donc, le nombre de contrats échangés a plus que doublé. Ces transactions influencent de façon correspondante le prix des denrées alimentaires.

Volume of futures trading on the C.M.E.					
	Number of Contrats (one side only)				
	1972	1971	1970	1969	1968
Pork Bellies	2,056,720	1,695,992	1,779,139	2,175,775	1,398,200
Live Cattle	1,372,025	746,211	578,817	1,013,671	253,108
Live Hogs	542,599	262,358	115,141	63,869	8,852
Shell Eggs	475,620	381,215	678,801	448,919	165,401
	4,446,964	3,085,776	3,151,898	3,702,234	1,825,561

Deuxième exemple: manipulation de l'information

Aux Etats-Unis, on effectue une enquête afin de vérifier le rôle joué par l'assistant du ministre de l'Agriculture des Etats-Unis, lors de transactions entre les Russes et les Etats-Unis. Alors que les Russes négociaient d'importants achats de grains et de protéine de soya en 1972, la plus grosse compagnie de grains aux Etats-Unis achetait du grain à la Bourse, contrairement à l'ensemble des autres qui semblaient plutôt inactives. Car, les rapports du ministère de l'Agriculture soulignaient que l'on ne prévoyait pas d'augmentation dans les exportations. Les agriculteurs vendaient leur grain à un prix pas très élevé, puisqu'on s'attendait à une année tranquille dans le commerce des grains. Lorsque la transaction avec la Russie fut annoncée publiquement, on s'est aperçu qu'une seule compagnie, Continental Grain, avait acheté la plus grande partie du grain à un prix inférieur et qu'elle allait le revendre à un prix très supérieur. Par hasard, l'assistant du ministre de l'Agriculture devenait vice-président de Continental Grain; on peut facilement supposer que Continental Grain a pu spéculer à sa guise au niveau des grains, connaissant toutes les négociations entre la Russie et les Etats-Unis, longtemps avant qu'elles ne soient annoncées.

La spéculation "renchérit" les effets de la rareté. D'une part, elle s'appuie sur la rareté relative des produits escomptés pour le futur; d'autre part, elle l'accentue. Si un spéculateur croit qu'il y aura rareté, il s'appuiera sur cette rareté pour acheter et il attendra pour revendre en accentuant donc la rareté.

Il est clair que pour réduire les effets de la spéculation dans les produits alimentaires de base, le minimum qui pourrait être fait à l'heure actuelle est que l'on procède à la distribution des produits rares ou qui s'annoncent rares par voie réglementaire organisée par l'Etat plutôt que par les mécanismes de l'offre et de la demande et du jeu de la Bourse qui donnent prise aux abus systématiques.

4.- Est-ce que les intermédiaires causent l'inflation?

Pour expliquer le phénomène de la hausse des prix dans le secteur alimentaire, nous croyons qu'il est nécessaire d'étudier aussi le fonctionnement de cette industrie et de comprendre comment s'effectue le passage du produit du cultivateur vers la table de famille du consommateur.

Il existe toute une gamme d'intermédiaires entre le fermier, le producteur agricole et la ménagère qui prépare les repas. Ainsi, la livre de steak haché - produite par le cultivateur - doit passer par le processus suivant avant de parvenir à la table du consommateur:

. commerçant en gros d'animaux vivants
. l'abattoir
. le grossiste
. le détaillant.

Le cultivateur porte son boeuf à maturité et le cède aux intermédiaires qui le transforment afin qu'il arrive sur la table du consommateur.

La hausse actuelle des prix s'explique-t-elle par des marges de profits exagérées pour ces intermédiaires ou même pour le cultivateur? Voyons quelques données pour chacun des maillons de la chaine en commençant par l'agriculteur.

Les agriculteurs, à cause de leur nombre et de leur manque d'organisation, sont limités quant à leur forme de négociation de ventes. Ils n'influencent que très peu le prix de détail des produits alimentaires. Pour s'en convaincre, il suffit de mentionner qu'en 1972, le producteur de poulets à griller recevait 11.5% du dollar dépensé par le consommateur pour l'achat de ce produit. Pour les oeufs, ce montant était de 10.5%. En général, pour l'ensemble des produits alimentaires, selon les données de 1966, l'agriculteur recevait 19¢ pour chaque dollar dépensé par le consommateur.

DISTRIBUTION DU DOLLAR DU CONSOMMATEUR		
Produit	Agriculteur	Intermédiaire (après la sortie de la ferme)
Poulet à griller	11.5%	42.5%
Oeufs	10.5%	65.0%
Dindon	5.0%	43.0%
Lait concentré	12.0%	50.0%
Fromage cheddar	12.0%	39.0%
Source: UPA, juillet 1972		

Non seulement les producteurs agricoles reçoivent une très faible proportion du prix de vente au détail de leur produit, mais aussi leurs revenus ne se sont guère améliorés ces récentes années.

Depuis 25 ans au Québec, tandis que les prix des détaillants, des restaurateurs, ont augmenté de 71%, les revenus des fermiers ne se sont accrus que de 21%. Plus récemment, une analyse des données de Statistiques Canada indiquent des augmentations de 10% du coût des produits utilisés par les fermiers entre le début de 1972 et celui de 1973. Pour la même période, l'augmentation du prix des produits à la sortie de la ferme était de 14%. Comme l'inflation fut de 4% en 1972, l'agriculteur n'a pas amélioré son sort malgré cette flambée des prix.

Ce n'est donc pas le cultivateur qui est responsable de la hausse des prix. Voyons les autres maillons de la chaine.

Les intermédiaires accaparent donc plus que l'agriculteur du prix au détail du produit alimentaire. Il ne s'agit évidemment pas seulement d'un taux de profit, car l'intermédiaire généralement ajoute à la valeur du produit agricole brut: l'abattoir tue l'animal, le dépèce; le grossiste doit faire face à des coûts de réfrigération et des coûts de distribution et de livraison; le détaillant doit tailler la viande, la conserver, l'offrir aux consommateurs.

Ces coûts réels sont ajoutés au prix du produit à chacune des phases, ce qui entraine des gonflements successifs du prix. S'il y a une augmentation dans un élément quelconque du processus, cette hausse se répercute intégralement sur toute la chaine de transformation et de distribution à un taux souvent composé de telle sorte que le consommateur, en dernier lieu, écope de tout et doit faire tous les frais.

En fait, la présence des intermédiaires augmente le prix payé par les consommateurs; mais, il y a une différence à faire entre d'une part, le fait que les intermédiaires ajoutent à la valeur du produit agricole, ce qui n'est pas inflationniste mais constitue simplement une composante des prix à la consommation et, d'autre part, le fait que les intermédiaires fixent le prix de leurs "services" selon la logique de l'offre et la demande, ce qui, pour les intermédiaires, prête à des poussées inflationnistes.

C'est ainsi que chacun de ces intermédiaires profite de la demande de produits et charge un prix en retour de ses services. A chaque pas de ce processus, il faut des profits pour continuer de fonctionner. On imagine facilement ce qui arrive quand chacun de ces intermédiaires se prend un profit de 1½% sur les ventes. Le prix que le client doit payer est alors augmenté de plus de 6% (1.5 x 4) et pourtant un profit de 1½% ne parait pas scandaleux. Si ce profit est de 3%, on constate des prix majorés de près de 13% (3 x 4).

En somme, les intermédiaires transmettent au consommateur toutes les hausses de prix de chacun des maillons de la chaine de distribution des produits alimentaires. Leur taux de profits est indicateur qu'ils en profitent également pour accroitre leur propre marge de manoeuvre alors que le véritable producteur de produits alimentaires voit sa part de revenus se maintenir constante ou diminuer en terme réel. Et, on constate donc que, dans une situation de psychose inflationniste, les intermédiaires sont dans une situation privilégiée pour accentuer la poussée inflationniste. (1)

---

(1) En effet, dans un contexte inflationniste, les consommateurs sont résignés à voir les prix augmenter. Certaines entreprises profiteront alors de cette situation pour augmenter arbitrairement leurs prix, retirant ainsi des profits plus élevés.

5.- Est-ce que les profits, dans l'alimentation, causent l'inflation?

Les statistiques les plus récentes sur le volume des profits des grands de l'alimentation au Canada montrent clairement qu'en période inflationniste, non seulement les entreprises continuent-elles d'enregistrer des surplus d'opérations très substantiels, mais elles s'octroient même des accroissements de revenus nets carrément indécents.

Ces accroissements de bénéfices nets intensifient bien sûr la hausse des prix qu'impose déjà l'augmentation des frais d'exploitation de ces entreprises (matières premières employées, "overhead", etc...).

Le tableau de la page suivante nous permet de constater que pour 4 des plus grandes compagnies du secteur alimentation dans le commerce de détail, opérant au Québec, les profits nets se sont accrus de 55.53% en 1972, par rapport au volume de profit moyen de la période '69-'71. Cette comparaison de l'année 1972 à une moyenne annuelle des quatre années précédentes montre bien que la hausse de profit ne résulte pas d'une mauvaise année en 1971, compensée l'année suivante par un volume de profit plus élevé, mais plutôt d'un désir concerté d'accroitre le niveau de profit.

Les détaillants ne sont pas les seuls intermédiaires entre l'agriculteur et le consommateur. D'autres types d'entreprises font partie du circuit de l'alimentation, tels les fabricants de produits alimentaires finis. Ces entreprises prélèvent sur le prix de leurs produits un "juste profit" en rémunération des services rendus.

TABLEAU I

PROFITS DE QUELQUES COMPAGNIES DU SECTEUR ALIMENTAIRE DANS LE COMMERCE DE DETAIL

	1968	1969	1970	1971	1972
Dominion Stores	10,508,000	9,522,000	9,318,000	3,322,000	9,574,000
Steinberg	7,732,759	4,996,000	9,316,878	9,459,000	14,972,000
Provigo (1)	572,000	1,236,000	1,675,000	2,202,000	2,849,000
Marché Union		530,102	365,292	285,306	279,714
TOTAL	$18,812,759	16,417,102	20,675,170	15,268,306	27,674,714

Volume de profits annuels moyens pour la période 1968-1971: $17,793,334

Augmentation de 55.53% des profits en 1972 par rapport à la moyenne de '68-'71

Source: Financial Post, Survey of Industrials

En effet, le tableau II fait voir qu'en '72, année qui, rappelons-le, nous a fait connaitre une hausse moyenne des prix à l'alimentation de 7.61%, les profits des fabricants de produits alimentaires ont subitement grimpé de 16.82% par rapport au volume annuel moyen de profit de '69-'71. Les salaires des travailleurs se sont-ils accrus au même rythme?

Certains répliqueront à ces faits en affirmant que, de toute façon, même haussés de 20% ou 40% en un an, les profits demeurent seulement une faible part du volume des ventes, ne dépassant guère 2% et, de ce fait, on ne peut dénoncer les profits comme facteur inflationniste.

(1) Les profits de cette compagnie apparaissant sur ce tableau sont incomplets, car Provigo n'est qu'un distributeur en gros à des détaillants en alimentation. Pour dégager une image plus complète des profits de ce réseau de distribution aux consommateurs, il faudrait ajouter les profits de ces détaillants qui s'approvisionnent chez Provigo.

TABLEAU II

Canada Packers	7,742,000	9,991,000	9,589,000	10,078,000
Dominion Dairies	1,662,305	1,588,907	1,979,988	1,906,802
G. Weston	15,432,000	14,396,000	15,113,000	18,577,00
Ogilvie Flour	3,849,797	2,752,000	1,894,000	2,045,000
B.C. Packers	1,592,288	1,666,063	2,139,623	2,979,856
TOTAL	$30,278,390	30,393,970	30,715,611	35,587,666

Volume de profits annuels moyens pour la période 1969-71: $30,462,957

Augmentation de 16.82% des profits en 1972 par rapport à la moyenne de 1969-1971

Source: Financial Post, Survey of Industrials

Pour notre part, l'analyse nous confirme que, dans l'ensemble, l'ordre de grandeur des profits relativement aux ventes, tant du niveau de la transformation que dans celui de la distribution des aliments cache le profit réel des entreprises. Nous pouvons opposer à cette affirmation gratuite les arguments suivants.

En premier lieu, la rentabilité des sociétés dans le secteur alimentaire, comme dans tout autre secteur par ailleurs, s'évalue à partir du capital investi et non pas en fonction du volume des ventes. Car les entreprises investissent dans les équipements, les installations, à partir desquels elles réalisent les ventes ou la production. Les achats sont, soit financés à partir du revenu des ventes passées, soit que les

fournisseurs fassent crédit temporairement. Les taux de profits sur le capital investi prennent alors une dimension beaucoup plus considérable qui, de toute façon, dégage une image plus réelle du taux de rémunération qui revient aux détenteurs des moyens de production.

TABLEAU III-A

TAUX DE PROFIT DE QUELQUES DETAILLANTS DANS L'ALIMENTATION (en %)

	1968	1969	1970	1971	1972
Dominion	V: 1.8 A: 16.6	V: 1.6 A: 12.9	V: 1.41 A: 11.88	V: .43 A: 3.95	V: 1.00 A: 11.2
Steinberg	V: 1.6 A: 14.9	V: .9 A: 8.46	V: 1.35 A: 15.78	V: 1.19 A: 16.09	V: 1.69 A: 24.63
Provigo	V: .8 V: 24.2	V: .8 A: 14.8	V: .80 A: 17.40	V: .98 A: 22.32	V: 1.13 A: 22.57
Marchés Union	V: A:	V: 1.88 A: 32.7	V: 1.20 A: 14.60	V: .86 A: 13.53	V: .82 A: 12.13

V: Volume des ventes
A: Actifs fixes (nets)

TABLEAU III-B

TAUX DE PROFIT DE QUELQUES INDUSTRIES DE TRANSFORMATION DANS L'ALIMENTATION

	1969	1970	1971	1972
Canada Packers	V: .98 A: 17.53	V: 1.13 A: 21.23	V: 1.04 A: 16.71	V: 1.08 A: 15.64
Dominion Dairies	V: 2.48 A: 17.79	V: 2.25 A: 16.52	V: 2.55 A: 20.37	V: 2.22 A: 18.51
G. Weston	V: 1.65 A: 8.41	V: 1.44 A: 7.85	V: 1.45 A: 8.34	V: 1.63 A: 10.16
Ogilvie Flour	V: 3.22 A: 28.37	V: 2.13 A: 14.28	V: 1.34 A: 8.07	V: 1.45 A: 7.28

V: Volume des ventes
A: Actifs fixes (nets)

Dans les tableaux précédents, on constate que pour Dominion Stores, entre autres, l'effet de l'inflation est à rechercher au niveau de l'augmentation du taux de profits, quelle que soit la base du calcul utilisée. On voit, par exemple, que pour l'augmentation de profits calculée sur la valeur des ventes, le taux de profit est passé de .43, en 1971, à 1%, en 1972 et que l'augmentation des profits calculée sur l'actif indique que ce taux a grimpé de 3.95 à 11.2% pour cette même période. Toutefois, on ne peut limiter la recherche des causes inflationnistes aux seules hausses de profits tel que nous le mentionnions; il faut également rechercher des causes inflationnistes dans les frais généraux des sociétés.

Dans la catégorie des frais généraux ou "overhead", on retrouve là une série de dépenses qui camouflent une part du profit d'exploitation des entreprises et qui a été soustraite des résultats des profits réels que nous avons touchés plus haut. Cette catégorie de dépenses sert les intérêts de l'entreprise et de ses dirigeants et est tirée à même la poche du consommateur.

Il s'agit ici de types de dépenses toujours jugées indispensables. La publicité, dont les coûts sont exorbitants, s'avère névralgique du point de vue de la conservation de la part de marché d'une entreprise et fait partie intégrante de toute stratégie de ventes pour élargir cette part du marché. Reste toutefois que ce sont les consommateurs qui paient la note de la volonté de croissance d'une entreprise par rapport à une rivale, et ce, sans qu'il n'en tire de bien-être additionnel réel.

Une analyse publiée par Advertising Age indique que le ratio volume de publicité/volume des ventes, dans tous les secteurs industriels, très élevé. Dans le cas de l'alimentation et des produits para-alimentaires, les ratios étaient les plus élevés. Le tableau qui suit identifie les ratios formul s par Advertising Age - 1972.

RATIO DES DEPENSES DE PUBLICITE EN POURCENTAGE DES VENTES DE CERTAINES SOCIETES - 1972

ALIMENTATION	RATIO
General Foods Corp.	8.6
General Mills	4.2
Nabisco	7.5
Kraft Co.	2.4
Kellogg Co.	6.5
Campbell Soup Co.	4.5
Thomas H. Lipton	6.6
H.J. Heinz Co.	3.3
Carnation Co.	1.9
PARA-ALIMENTAIRES	
Colgate-Palmolive	12.1
Mennen Corp.	21.4
S.C. Johnson & Son	17.9
ALCOOLS	
Distillers Corp. Seagrams Ltd.	4.4
BOISSONS GAZEUSES	
Coca-Cola Co.	3.7
Pepsi Co.	19.4

Comme on le constate, le budget de publicité représente le double et le triple du % des profits sur les ventes. Et ceci est effectivement un profit caché pour promouvoir l'expansion de l'entreprise plutôt qu'informer objectivement le consommateur sur la valeur des produits. Si on s'en tenait à une publicité objective, le contenu de la publicité s'en trouverait réduit et les frais de publicité connaitraient un sort analogue.

On pourrait faire la démonstration que les autres composantes - salaires des cadres et des propriétaires, les frais de déplacement et de représentation, commissions et cadeaux - servent toutes aux fins de l'entreprise et sont déduites des profits d'exploitation sans que l'on ne fasse la part des profits réels qui s'y attachent.

Au total, l'"overhead" et les profits représentent un pourcentage très significatif de la valeur des expéditions des entreprises (cf. tableau 4) dont la hausse continue ne tarde jamais à se manifester dans les prix.

TABLEAU 4

REPARTITION DE LA VALEUR DES EXPEDITIONS ENTRE LES SALAIRES A LA PRODUCTION, LES MATIERES ET L'ENERGIE ET L'OVERHEAD ET PROFITS (1969)

INDUSTRIE	SALAIRES A LA PRODUCTION		MATIERES ET ENERGIE		OVERHEAD ET PROFIT	
	(En milliers)					
	$	%	$	%	$	%
1. Abattage et préparation de la viande	136,975	7.1	1,613,937	83.1	191,459	9.8
2. Conditionnement de la volaille	25,041	8.8	227,309	75.7	32,554	11.5
3. Laiteries	77,961	5.7	1,012,625	74.7	265,857	19.6
4. Industrie du poi-son	54,175	16.0	219,606	64.8	64,851	19.2
5. Conserves de fruits et légumes	61,420	11.4	322,961	60.2	152,236	28.4
6. Aliments pour animaux	28,053	5.2	425,164	78.3	89,787	16.5
7. Meuneries et fabricants de céréales de table	14,205	5.9	189,998	78.8	37,041	15.3
8. Fabricants de biscuits	23,912	17.8	63,517	47.3	46,892	34.9
9. Boulangeries-pâtisseries	85,029	17.5	229,426	47.2	171,412	35.3
0. Confiseries	35.264	15.4	115,226	50.3	78,621	34.3
1. Raffineries de sucre	14,724	8.4	116,292	66.5	43,809	25.1
2. Industries d'aliments divers	55,822	7.8	412,522	57.7	246,262	34.5
3. Manufacturiers de boissons gazeuses	29,932	8.9	148,525	44.1	158,130	47.1
4. Distilleries	23,785	7.0	113,206	33.3	202,846	59.7
5. Brasseries	40,260	10.8	102,845	27.6	229,813	61.6
6. Fabriques de vin	2,885	8.1	19,001	53.0	13,942	38.9
TOTAL	709,443	8.8	5,332,160	66.1	2,025,922	25.1

Source: B.F.S.

Nous pouvons maintenant conclure. Essentiellement, nous constatons que, depuis le début de la période inflationniste que nous connaissons présentement, non seulement les bénéfices des compagnies se sont-ils accrus de façon scandaleuse mais, de plus, nous nous sommes rendu compte que ceux-ci représentent, dans l'entreprise moderne, une proportion infime des sommes gigantesques arrachées aux consommateurs par les grandes entreprises aux seules fins de protéger leurs propres intérêts.

6.- Les fondements de l'inflation: concentration, monopoles et profits

Nous avons constaté jusqu'ici que:

. La rareté donnait prise à des hausses de prix par le mécanisme de l'offre et de la demande. Certaines raretés étaient naturelles, mais d'autres étaient provoquées et il fallait résoudre le problème de la rareté par voie réglementaire et non par la loi de l'offre et de la demande.

. De plus, la spéculation a marqué fortement la hausse des prix de produits rares et a accentué en somme le problème de la rareté.

. Les intermédiaires étaient en position de hausser les prix en période d'inflation - profitant eux aussi de la psychose inflationniste. L'agriculteur touchant toujours, pour sa part, une proportion minime du coût de vente des produits agricoles.

Les grands de l'alimentation ont réussi durant la présente phase d'inflation à hausser considérablement leurs profits.

. Une partie importante des profits est dissimulée dans les frais de publicité et les frais généraux toujours croissants ("overhead").

Nous verrons, dans cette partie de notre analyse, les causes fondamentales de l'inflation dans l'alimentation. En effet, les phénomènes que nous avons étudiés jusqu'ici n'ont fait qu'accentuer la poussée inflationniste - ce sont en quelque sorte des manifestations complémentaires de la poussée inflationniste qui ont pris racine dans un contexte économique propice à l'inflation. Nous allons voir comment les vrais ressorts de l'inflation, soit la recherche du profit maximum, la concentration et les monopoles, se présentent dans le secteur de l'alimentation. C'est sur ces causes fondamentales que se greffent des mécanismes comme ceux que nous avons décelés plus haut.

La règle fondamentale de l'accumulation capitaliste est le profit, son maintien et sa maximisation. La recherche du profit maximum conduit directement à l'inflation: hausse des prix de l'alimentation. Précisons immédiatement le rôle dévolu aux travailleurs, dans ce contexte.

Le lien salaire et profits

Contrairement à ce que les tenants de la concentration et des monopoles soutiennent, nous croyons, pour notre part, que le point de départ de l'inflation est à rechercher dans les profits et non dans les salaires. La spirale inflationniste est la suivante: pour augmenter les profits, les capitalistes doivent augmenter leurs prix, d'où diminution du salaire réel. Les travailleurs ripostent à la diminution de leur pouvoir d'achat par des revendications de hausse des salaires. Si la revendication salariale est satisfaite, il s'en-

suit alors une augmentation des coûts de production qui ont pour effet de ramener le taux de profit à son niveau antérieur. Durant cette période, les profits se sont accrus et n'ont pas été redistribués aux travailleurs. L'entreprise ayant ainsi réussi à faire un bond en avant - les prix sont fixés à un cran plus élevé et la répartition des revenus au sein de la société demeure intacte. Les travailleurs n'ont rien gagné alors que les capitalistes ont réussi à améliorer leur position et leur importance sur le marché.

Le point de départ de la spirale réside dans la recherche de maximiser les profits par la hausse des prix. L'initiative de hausser les prix est facilitée par l'existence d'un contexte économique où la concentration économique et l'existence de monopoles est très forte.

Toutes les entreprises n'ont pas les mêmes possibilités d'augmenter leurs prix pour maintenir leurs taux de profits. Il faut, notamment, pour pouvoir augmenter aisément les prix, contrôler seul ou avec quelques autres, une grande part du marché, de telle sorte que tout le secteur concerné est obligé de suivre les hausses. Au Canada, le contrôle de l'alimentation, c'est-à-dire la concentration, c'est ceci:

1. <u>Peu d'établissements - beaucoup de marché</u>

Le tableau suivant montre qu'à peine 3.6% des établissements manufacturiers (219 établissements) contrôlent 44% de la valeur des expéditions de l'industrie (total des ventes).

Par contre, les 3890 plus petits établissements (jusqu'à 14 employés), qui représentent 64% des établissements, ne contrôlent que 6.9% du marché. Les quelques plus gros établissements ont donc beaucoup plus de contrôle sur le marché que la masse des plus petits.

CONCENTRATION GENERALE DE L'INDUSTRIE DES ALIMENTS ET BOISSONS AU CANADA - 1969

TAILLE DES ENTREPRISES PAR TRANCHES D'EMPLOYES	NOMBRE D'ETABLISSEMENTS	%		NOMBRE DE TRAVAILLEURS A LA PRODUCTION	%	VALEUR DES EXPEDITIONS	%	
--- 4	1895	31.2	64%	1,892	1.3	123,046	1.5	69%
5 à 14	1995	32.8		9,238	6.6	442,432	5.4	
15 à 49	1273	20.9		20,602	14.7	1,245,887	15.1	
50 à 99	434	7.1		20,920	14.9	1,208,200	14.7	
100 à 199	266	4.4		24,930	17.7	1,530,607	18.6	
200 à 499	174	2.9	3.6%	36,024	25.6	1,835,844	22.3	44%
500 à 999	35	0.6		17,554	12.5	1,021,294	12.4	
1000 à 1499	7	0.1		5,418	3.9	410,386	5.0	
1500 ---	3	0.05		3,975	2.8	356,072	4.3	
TOTAL	6082	100		140,553		8,223,767		

SOURCE : Bureau fédéral de la Statistique

2. <u>Dans la distribution ce sont les chaînes qui contrôlent</u>

Malgré la multitude "d'épiciers du coin", ce sont les magasins à chaines qui ont la plus grande part du marché. Depuis 1961, alors que les chaines de magasins réalisaient 33.8% du volume des ventes dans l'alimentation, les chaines ont continué à réduire le marché des indépendants de telle sorte qu'en 1971, 40.1% de tous les achats alimentaires se faisaient dans des magasins à chaines.

Un autre indice révélateur de la structure de marché dans le secteur de la distribution des produits alimentaires nous est révélé par quelques chiffres sur le commerce de gros.

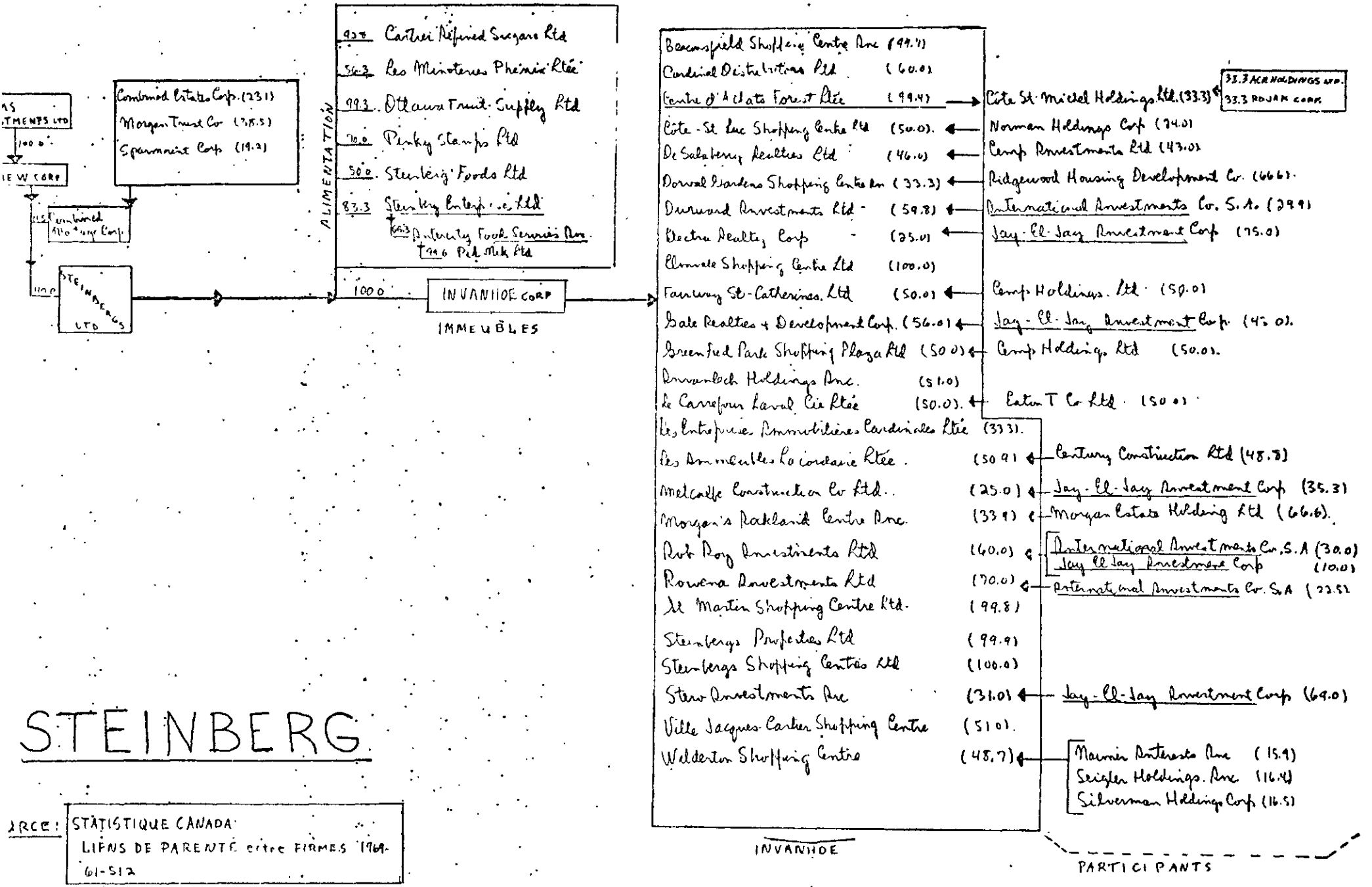
Bien sûr, tous les détaillants s'approvisionnent auprès des grossistes. Or, au Québec, huit grands absorbent 90% de tous les achats en gros:

Dominion	
Steinberg	
Provigo	
Loeb (IGA, Ottawa)	CONTROLENT
Oshawa Wholesale (IGA, Mtl-Québec - Toronto)	90%
	90% du MARCHE
Weston (Dionne)	
Métro	
Richelieu	

Comme nous le voyons, une des conditions rêvées pour hausser les prix se retrouve dans le secteur de l'alimentation. Au niveau de tous les établissements producteurs de produits alimentaires comme à celui de la distribution de gros et de détail, le secteur alimentaire est assez concentré pour per-

mettre aux quelques plus gros d'imposer leurs prix.

Dans le cas de Steinberg Ltée, l'illustration des liens de parenté de cette entreprise qui apparait à la page suivante, fait ressortir que, non seulement ces quelques grandes entreprises contrôlent la distribution des aliments au détail, mais que de plus, elles cherchent à s'assurer le contrôle de leurs sources d'approvisionnements. Ainsi, Steinberg Ltée a-t-il décidé de créer Steinberg's Foods Ltd. qui fabrique plusieurs produits vendus dans ses magasins. De même, pour garantir un volume et des prix stables des matières premières utilisées au stade de la fabrication, Steinberg devait acquérir le contrôle de Cartier Refined Sugars et Les Minoteries Phénix Ltée. Et, parallèlement à ce processus d'intégration verticale de ses activités, Steinberg Ltd a étendu ses activités dans plusieurs autres secteurs du commerce de détail, trouvant là un nouvel usage aux énormes capitaux accumulés et à la capacité d'emprunt d'un pareil empire financier.



STEINBERG

SOURCE: STATISTIQUE CANADA
LIENS DE PARENTÉ entre FIRMES 1969-
61-512

C'est ainsi que Steinberg a d'importantes participations dans plusieurs centres d'achats de la région montréalaise (centres d'achats Forest, Beaconsfield, Côte-St-Luc, Carrefour Laval, St-Martin, Ville Jacques-Cartier, etc.). Et, très souvent, les partenaires dans ces entreprises sont des entreprises de développement immobilier qui possèdent plusieurs terrains dans la région de Montréal, partenaires qui ont tout intérêt à voir se créer des centres d'achats, types de services qui ont pour effet de hausser la valeur de ces terrains en plus de faciliter la rentabilité de la construction domiciliaire ou autre. Enfin, Steinberg détient une trentaine de mini centres d'achats dans la région métropolitaine opérés par Steinberg Shopping Centres.

Bref, la grande entreprise capitaliste, telle Steinberg, a un appétit insatiable d'accumulation de capital qui se traduit par tous ces développements mentionnés ci-haut. Car ces développements ne se manifestent pas que par une simple incursion dans un nouveau secteur, mais le plus souvent par une véritable invasion de capital pour en venir à contrôler ce nouveau marché le plus rapidement possible. Car, une telle politique d'investissements permet d'une part, de restreindre la concurrence et d'autre part, d'éliminer tout obstacle à la prise de possession d'un marché (par exemple, Steinberg's Ltd. possède une entreprise qui construit ses immeubles, Les Immeubles Lacordaire).

Le développement tentaculaire de ces grandes entreprises dont Steinberg est un exemple typique, témoigne du processus de concentration croissant dans tous les secteurs, conséquence de la nécessité vitale d'accumulation du capital de l'entreprise capitaliste. Il en découle inexorablement une main-mise de plus en plus puissante du capital et de ceux qui le contrôlent sur, à la fois les travailleurs qu'ils emploient

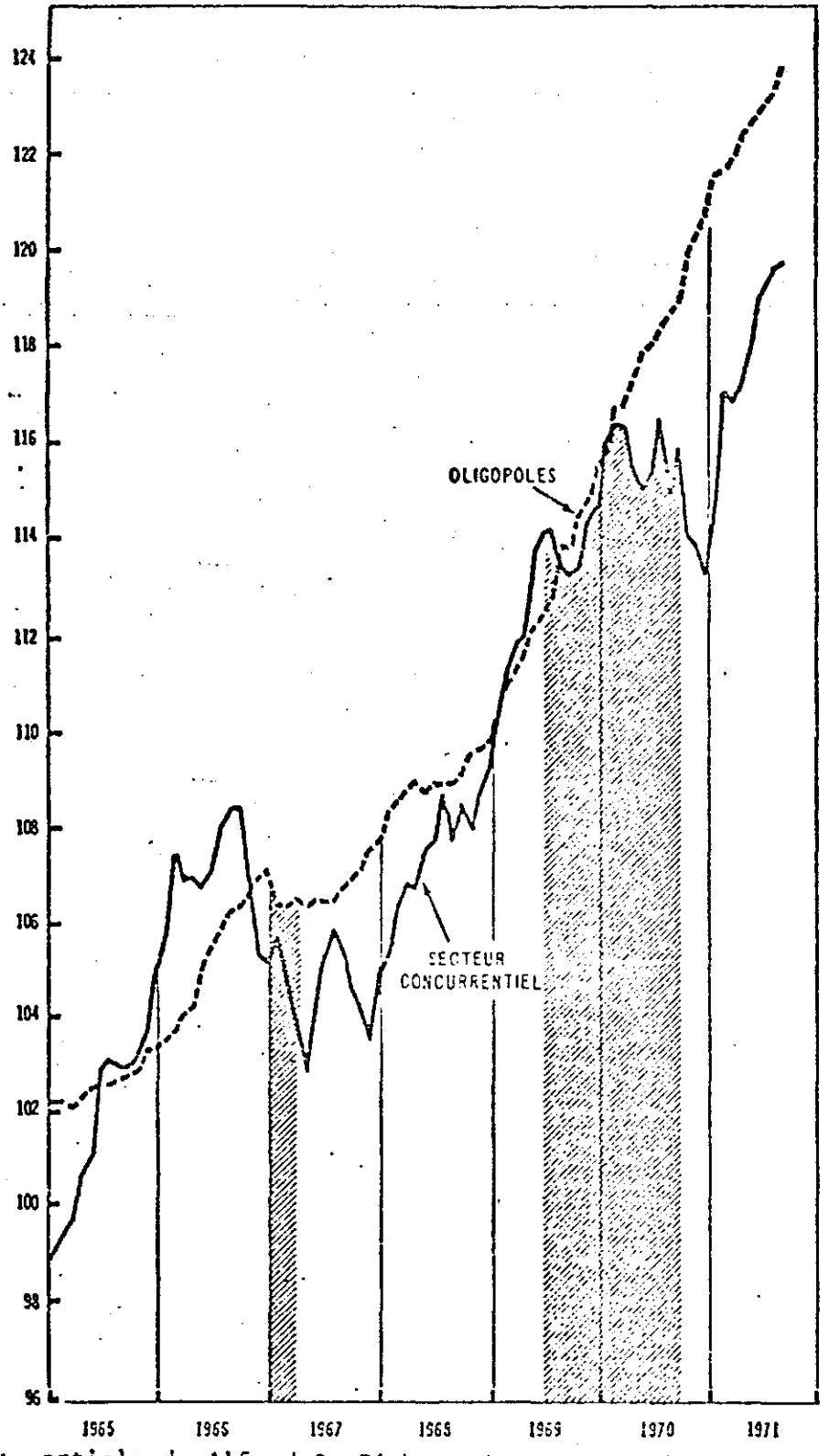
et sur l'ensemble des travailleurs-consommateurs qui, eux, achètent ces produits aux prix qui conviennent le plus parfaitement à la stratégie de développement et d'investissements de ces entreprises.

Une étude de Alfred S. Eichner, comparant le comportement des prix entre les secteurs oligopolistiques (un oligopole existe quand il n'y a qu'un nombre restreint d'entreprises dans la même activité: exemple: l'industrie de l'automobile) et les secteurs concurrentiels dans l'économie américaine, révèle que les hausses de prix dans les secteurs oligopolistiques sont plus importantes que dans les secteurs concurrentiels. Le graphique de la page suivante illustre ces faits.

La concentration et la monopolisation de la production et de la distribution sont les manifestations actuelles de la volonté des capitalistes de maintenir et de maximiser leurs profits. La seule vraie raison qui justifie les capitalistes de prendre tous les moyens disponibles pour défendre leurs profits est la nécessité qu'ils ont d'accumuler du capital. En effet, par le mécanisme du profit soutiré du travail des ouvriers, les capitalistes s'assurent un approvisionnement régulier et croissant de capitaux pour réinvestir dans leurs entreprises. Ceci leur permet d'accroitre leur capacité de production et de là, renforcit leur position sur les marchés et les assure, par la suite, de faire de nouveaux profits. Nous voyons alors qu'il est crucial pour les capitalistes de défendre leurs profits, sinon ils se condamneraient à disparaitre.

D'ailleurs, les capitalistes eux-mêmes ne s'en cachent pas. Relativement aux hausses de tarifs que "Bell Canada" a demandé récemment, le président, M. De Granpré, a ouvertement avoué qu'un taux de profit de 7% sur le capital investi, capital fourni en grande partie par des bénéfices retenus, sou-

VARIATIONS DE L'INDICE DES PRIX DE GROS DANS LES OLIGOPOLES ET DANS LE SECTEUR CONCURRENTIEL, 1965-1971
(1957-1959 = 100)



Source : article de Alfred S. Eichner dans "The New Leader", 22-8-1972

tirés du travail des ouvriers, était insuffisant pour réaliser les programmes d'investissements que Bell désire faire. La hausse demandée a pour but de relever le taux de profit sur le capital investi à 9% et donc d'assurer à Bell la réalisation des objectifs de croissance qu'elle désire (Le Devoir, 29 janvier 1973).

Car, bien que Bell Canada exerce un monopole quasi-complet sur l'exploitation des lignes téléphoniques au Québec et en Ontario, cette entreprise ne cherche pas moins à accroitre le plus possible ses revenus afin de maintenir et même d'améliorer sa position relative au sein de l'économie, garantir ses profits futurs et le financement d'autres projets de développement. Ainsi, à court terme, ont-ils besoin de capitaux pour financer la mise sur pied de nouveaux services, bien peu utiles dans l'absolu, aux abonnés, source de revenus additionnels. D'autre part, la compagnie réclame des profits accrus pour financer le développement de nouvelles activités dans le domaine des communications, soit par elle-même, soit par ses filiales; et ce, toujours dans le but de trouver de nouveaux débouchés aux capitaux accumulés, assurant, de ce fait, une nouvelle croissance de ces derniers.

CONCLUSION

Le tableau d'ensemble de cette analyse de l'inflation se présente comme suit:

- Nous avons tout d'abord rappelé que la montée inflationniste au Canada avait atteint des proportions alarmantes, au cours de la dernière année, les prix s'étant accrus de 8.3%, entre les mois de septembre'72 et '73. Puis, nous avons observé que cette flambée des prix provenait principalement du secteur alimentaire, responsable d'environ 50% de la hausse générale des prix. Nous avons alors entrepris l'identification des causes réelles de cette poussée inflationniste dans les denrées alimentaires, particulièrement pénible pour les familles à faible revenu qui consacrent une plus grande part de leur revenu à l'alimentation que les autres familles plus fortunées.

- Nous avons, en premier lieu, examiné le phénomène de la rareté actuelle des produits alimentaires, excuse fréquemment employée par les entreprises pour justifier des hausses de prix. Or, l'analyse de cette cause d'inflation nous a amenés à distinguer deux types de rareté: l'une originant de conditions climatiques défavorables aux récoltes, l'autre, de certains comportements des agents économiques (producteurs ou gouvernements) qui ont entrainé une rareté relative de produits alimentaires et, conséquemment, la hausse des prix de ces produits.

Mais, nous avons également constaté que, face à ce phénomène de rareté des denrées alimentaires, nous disposions d'autres alternatives pour rétablir l'équilibre de l'offre et de la demande. Car, il n'y a aucune nécessité économique absolue de supporter sans cesse des hausses de prix pour solutionner les problèmes de rareté.

En effet, nous pouvons envisager la distribution des biens rares sous contrôle gouvernemental, lorsqu'il s'agit d'une rareté réelle. Par ailleurs, une planification gouvernementale plus poussée de l'organisation de la production réduirait très sensiblement les hausses de prix attribuables à la rareté provoquée et à la spéculation.

- La deuxième étape de l'analyse nous a conduits à définir les mécanismes de la spéculation, autre facteur inflationniste important. Essentiellement, nous avons conclu que le mécanisme de distribution des produits alimentaires qu'est le marché boursier, où se rencontrent l'offre et la demande pour ces produits, donnait prise à la spéculation. Car, les spéculateurs s'appuient sur la rareté relative d'un produit et l'accentuent pour provoquer une hausse de prix la plus considérable possible, ce qui leur permet de retirer un profit maximum de chaque transaction.

- La troisième cause d'inflation que nous avons examinée tient à l'analyse du comportement des intermédiaires dans l'alimentation. Nous avons d'abord démontré que la plus grande partie du dollar dépensé par le consommateur lors de ses achats alimentaires retournait aux intermédiaires et non aux agriculteurs dont l'influence sur les prix s'avère faible.

Par la suite, nous avons établi que ces intermédiaires, à chaque stade de la transformation des produits alimentaires, disposaient du pouvoir de transmettre aux consommateurs toutes les hausses de prix auxquelles ils sont confrontés. De plus, ces intermédiaires sont en mesure de fixer leurs prix selon le jeu de l'offre et de la demande, ce qui facilite le prélèvement de profits.

Nous retrouvons donc, dans la place qu'occupent ces intermédiaires, de puissants foyers inflationnistes.

- Enfin, nous avons observé que les profits ont constitué une cause importante de la dernière poussée inflationniste dans l'alimentation. Non seulement les profits déclarés se sont-ils accrus très substantiellement en 1972, mais en plus, l'étude de la structure de dépenses des entreprises fait ressortir la part considérable des frais généraux qui ne servent, en définitive, d'autres intérêts que ceux des entreprises. C'est là un profit déguisé, dissimulé dans les frais d'administration.

- Mais, fondamentalement, les véritables ressorts de l'inflation dans l'alimentation se situent à un autre niveau. Les causes énumérées ci-haut n'ont fait qu'intensifier la pression inflationniste au sein d'un contexte économique déjà propice à l'inflation.

Le mécanisme essentiel d'inflation dans notre système réside dans la maximisation du profit des entreprises. Car, pour hausser ce dernier, les entreprises doivent augmenter leurs prix, provoquant ainsi des demandes de hausses salariales des travailleurs pour contrecarrer la diminution de leur pouvoir d'achat. La hausse des coûts de production qui s'ensuit, si ces demandes sont satisfaites, ramène le profit à son niveau antérieur; mais, au cours de la période, les profits se sont accrus et la répartition des revenus est demeurée intacte.

Par ailleurs, cette initiative de hausser les prix pour maximiser le profit est grandement facilitée par la concentration économique d'un secteur donné. Or, on retrouve dans l'alimentation, tant au niveau de la transformation que dans celui de la distribution, cette concentration du marché

dans les mains de quelques entreprises qui permet à ces dernières d'imposer leurs prix.

Enfin, ce mouvement de concentration économique, éminemment favorable à l'inflation, n'est que la suite, la conséquence de cette nécessité d'accumulation de capital des entreprises, condition essentielle du maintien et de la croissance du profit futur.

ELEMENTS DE SOLUTIONS

Face à cette situation où l'on retrouve les causes de l'inflation, d'une part dans les fondements mêmes du système économique dans lequel nous vivons et, d'autre part, dans les caractéristiques actuelles de l'état et du fonctionnement du secteur agro-alimentaire, nous croyons possible, à court terme, l'instauration de mécanismes d'arbitrage des prix des produits agricoles qui établissent une stabilité relative des prix.

PROPOSITION 1

Nous proposons donc l'instauration d'un Comité Indépendant de revision des prix des principales denrées alimentaires de base au Canada. Ce comité, dont toutes les décicions deviendraient exécutoires, serait composé de représentants de tous les intérêts en cause dans le secteur alimentaire (i.e. les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les syndicats et les associations de consommateurs) et aurait pour mandat de juger du bien-fondé de toute demande de hausse des prix de l'un ou l'autre des maillons de la chaine de production des produits alimentaires.

De tels mécanismes de fixation des prix existent déjà au Canada, dans le cas du lait nature et des oeufs, par le biais des régies des marchés agricoles.

Il nous apparait donc possible de l'appliquer à toutes les denrées de base de l'industrie agro-alimentaire au Canada. Nous pourrions ainsi éviter que les prix soient fixés

unilatéralement par les transformateurs en fonction de leurs seuls intérêts et de leur stratégie de vente et de développement.

PROPOSITION 2

Nous proposons également que le gouvernement s'engage fermement à définir une véritable politique nationale alimentaire, qui planifie plus globalement et à plus long terme, l'organisation de la production.

Car, le gouvernement doit réduire les nombreuses fluctuations sur les marchés alimentaires au Canada qui se traduisent très souvent par des hausses de prix.

De plus, nous serions ainsi mieux protégés des conséquences inhérentes à la rareté relative des produits souvent provoquée par ce manque d'organisation de la production à l'échelle nationale et de l'influence des firmes multinationales qui achètent ou non les produits canadiens selon leurs intérêts.

Bref, nous ne prétendons pas, par ces quelques suggestions, qui restent d'ailleurs à être articulées de façon plus précise, instaurer la stabilité des prix dans l'alimentation. Nous croyons cependant possible un meilleur contrôle des gouvernements sur la production et les prix dans ce secteur vital où le "laisser-faire" chronique des gouvernements a, jusqu'ici, coûté très cher aux travailleurs consommateurs.

PROPOSITION 3

a) Nous proposons que la Fédération des ACEF poursuive sa collaboration aux travaux du front commun des centrales syndicales.

b) Nous proposons que les représentants des ACEF suscitent l'intégration d'autres groupes populaires et corps intermédiaires à ce front commun contre l'inflation.

c) Nous proposons enfin que les ACEF favorisent la poursuite d'autres travaux concernant l'inflation dans d'autres secteurs d'activités de l'économie.

Déposé à la Bibliothèque
Nationale, ce quatrième
trimestre 1973

Publié par: La Fédération des A.C.E.F. du Québec
3510 est, boulevard St-Joseph (2e étage)
Montréal, P. Québec

H1X 1W6