

COMMISSION DES PRODUITS FORESTIERS DU NOUVEAU-BRUNSWICK

MARS 2021

ENQUÊTE – FINANCEMENT DE LA FÉDÉRATION DES PROPRIÉTAIRES DE LOTS BOISÉS DU NOUVEAU-BRUNSWICK PAR LES OFFICES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS FORESTIERS

INTRODUCTION

Le 9 octobre 2020, la Commission a reçu une demande officielle d'examen de la relation entre les sept offices de commercialisation des produits forestiers (« offices ») établis au Nouveau-Brunswick et la Fédération des propriétaires de lots boisés du Nouveau-Brunswick (« FPLBNB »). La demande allègue explicitement que les offices sont identifiés comme membres de la FPLBNB et que les activités entreprises par cette dernière ne sont pas conformes aux dispositions de la *Loi sur les produits naturels*, ch. N-1.2, 1999. De plus, la demande allègue que la FPLBNB prétend que parce que les offices sont membres, tous les propriétaires de lots boisés sont réputés être membres de la FPLBNB. Lors de sa réunion mensuelle ordinaire du 19 novembre 2020, la Commission a pris la décision d'ouvrir une enquête en vertu du paragraphe 12(4) de la *Loi sur les produits naturels* afin de déterminer si les offices utilisent les fonds des redevances de façon appropriée en finançant la FPLBNB par le biais des cotisations des membres et de toute autre dépense effectuée par les offices.

DISPOSITIONS LÉGISLATIVES PERTINENTES

Les parties de toutes les lois pertinentes examinées et prises en compte par la Commission dans la préparation du présent rapport sont jointes au présent rapport en annexe « A ».

ANALYSE ET DONNÉES D'INSPECTION

La Commission a demandé la liste suivante de documents aux offices :

1. Pour chaque période fiscale entre le 1^{er} avril 2018 et aujourd'hui, un rapport de tous les paiements effectués par votre office à la Fédération des propriétaires de lots boisés du Nouveau-Brunswick, notamment :
 - a. Date
 - b. Montant
 - c. Objet du paiement (c.-à-d. cotisations ordinaires, projet spécial, frais juridiques, etc.)

À partir de l'information obtenue, la Commission constate ce qui suit :

Paiements de les offices de commercialisation à la Fédération des propriétaires de lots boisés du N.-B.					
2018-2019		Communication s			
Office de Commercialisation	Cotisations	/ Autre	Frais Juridiques	Totals	Commentaires
Carleton-Victoria	11 499,85 \$	3 835,67 \$	\$ -	15 335,52 \$	
Madawaska	10 665,00 \$	4 049,96 \$	\$ -	14 714,96 \$	5 335 \$ pour les cotisations proviennent du financement de GNB pour la Silv
Nord	15 700,92 \$	3 638,89 \$	\$ -	19 339,81 \$	
Northumberland	9 430,00 \$	3 164,25 \$	\$ -	12 594,25 \$	
SENB	8 349,92 \$	4 221,37 \$	\$ -	12 571,29 \$	
SNB	23 575,00 \$	5 429,59 \$	\$ -	29 004,59 \$	
YSC	19 995,69 \$	4 411,02 \$	\$ -	24 406,71 \$	
Totals	99 216,38 \$	28 750,75 \$	\$ -	127 967,13 \$	

2019-2020		Communication s			
Office de Commercialisation	Cotisations	/ Autre	Frais Juridiques	Totals	Commentaires
Carleton-Victoria	10 370,05 \$	6 892,80 \$	1 489,50 \$	18 752,35 \$	
Madawaska	10 685,00 \$	6 892,80 \$	1 000,00 \$	18 577,80 \$	5 335 \$ pour les cotisations proviennent du financement de GNB pour la Silv
Nord	17 744,59 \$	8 041,71 \$	1 712,93 \$	27 499,23 \$	
Northumberland	9 430,00 \$	6 892,79 \$	1 489,50 \$	17 812,29 \$	
SENB	16 730,07 \$	8 382,32 \$	- \$	25 112,39 \$	8 365,02 \$ pour les cotisations proviennent du financement de GNB pour la Silv – frais juridiques regroupés dans Comm. Pmt.
SNB	23 736,00 \$	7 926,72 \$	- \$	31 662,72 \$	
YSC	19 174,42 \$	7 926,72 \$	1 712,93 \$	28 814,07 \$	
Totals	107 870,13 \$	52 955,86 \$	7 404,86 \$	168 230,85 \$	

2020-2021 à 11/30/2020		Communication			
Office de Commercialisation	Cotisations	/ Autre	Frais Juridiques	Totals	Commentaires
Carleton-Victoria	5 185,02 \$	2 468,50 \$	\$ -	7 653,52 \$	
Madawaska	10 670,00 \$	2 636,03 \$	\$ -	13 306,03 \$	714,29 \$ autre au fonds de bourses d'études P. DeMarsh
Nord	17 744,50 \$	1 388,20 \$	\$ -	19 132,70 \$	
Northumberland	9 430,00 \$	3 636,02 \$	\$ -	13 066,02 \$	714,29 \$ autre au fonds de bourses d'études P. DeMarsh
SENB	13 941,67 \$	2 921,73 \$	\$ -	16 863,40 \$	5 228,12 \$ pour les cotisations proviennent du financement de GNB pour la Silv
SNB	15 824,00 \$	1 971,79 \$	\$ -	17 795,79 \$	
YSC	4 809,89 \$	5 048,40 \$	\$ -	9 858,29 \$	821,43 \$ autre au fonds de bourses d'études P. DeMarsh
Totals	77 605,08 \$	20 070,67 \$	\$ -	97 675,75 \$	

Examen des données

La Commission note que les offices fournissent chacun un financement important à la FPLBNB sur une base annuelle. Les contributions financières des offices varient entre un minimum annuel de 7 653,52 \$ et un maximum annuel de 31 662,72 \$. Bien que cela ne soit pas d'une importance fondamentale, il convient de noter que les fonds en question proviennent en grande partie des prélèvements effectués par chaque office auprès des propriétaires et des producteurs de lots boisés privés qui relèvent de leur compétence.

Dans certains cas, les contributions financières et les cotisations à la FPLBNB proviennent de fonds extérieurs aux prélèvements de chaque office. Par exemple, les offices du Madawaska et du Sud-Est du Nouveau-Brunswick (SENB) ont versé des cotisations à partir de l'argent reçu du Programme de sylviculture pour les boisés privés de la province du Nouveau-Brunswick (le « Programme de sylviculture »). Le Programme de sylviculture est un fonds de partage des coûts remis à chacun des offices aux seules fins des plans d'aménagement forestier et des traitements sylvicoles admissibles pour les lots boisés privés relevant de leur compétence. Le but du Programme de sylviculture est précisément d'encourager une gestion forestière durable et d'améliorer l'approvisionnement en bois de plus grande valeur au Nouveau-Brunswick.

Enfin, la Commission note que chacun des offices a contribué aux frais juridiques de la FPLBNB. Elle note également qu'il ne s'agit pas des frais juridiques engagés par un office individuel pour

ses propres besoins; ces frais juridiques ont été engagés par la FPLBNB et sont payés (ou du moins versés) par les offices.

Au cours de la période de trois ans examinée par la Commission, la FPLBNB a reçu entre 97 675,75 \$ et 168 230,85 \$ en financement des offices.

ACTIVITÉS DE LA LPFBNB

La Commission a exploré le site Web de la FPLBNB pour déterminer les activités financées par les offices. Dans la section « Ce que nous faisons », la Commission constate ce qui suit :

<p>About</p> <p>WHO WE ARE</p> <p>WHAT WE DO</p> <p>MARKETING BOARDS</p> <p>FEDERATION BOARD MEMBERS</p> <p>CONTACT</p>	<p>Promote and protect the interests and rights of those engaged in lumbering operations.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperate with government departments, and other like-minded organizations. • Lobby for the establishment of plans and programs necessary to achieve relative income security for all forest workers. • Promote good forest management. • Promote good relationships with wood using industries. • Study the long range use of woods available and promote industries that give a better price for wood.
---	--

*Le contenu du site de la FPLBNB n'est pas disponible en français

Examen des activités :

En plus de l'examen par la Commission du site Web de la FPLBNB et des renseignements qui y sont disponibles, la Commission a examiné les articles de blogue suivants soumis par la FPLBNB sur son site Web :

Nom du blogue :	Date :	Activités :
Le premier ministre va-t-il intervenir pour rétablir l'équité?	5 février 2021	Pression / Relations gouvernementales
Pour l'amour des bois, un combat pour l'équité	21 décembre 2020	Pression / Relations gouvernementales
Si nous n'avons pas un marché équitable, nous allons le réparer	7 octobre 2020	Pression / Relations gouvernementales
Les prix du bois s'envolent alors que nous sommes laissés sur le carreau	16 novembre 2020	Pression / Relations gouvernementales
Rétablir un système d'approvisionnement en bois sain	13 août 2020	Pression / Relations gouvernementales

Il est temps pour nos politiciens d'agir pour l'équité dans le secteur forestier	10 septembre 2020	Pression / Relations gouvernementales
Le cas curieux de la Commission des produits forestiers du Nouveau-Brunswick	24 juillet 2020	Pression / Relations gouvernementales
Aller de l'avant en période d'incertitude et se tourner vers l'avenir	23 avril 2020	Message à l'industrie
Les propriétaires de lots boisés seront-ils enfin traités équitablement?	24 janvier 2020	Pression / Relations gouvernementales
L'heure des comptes pour nos régions boisées	30 octobre 2019	Pression / Relations gouvernementales
Il est temps pour le gouvernement d'agir dans le domaine forestier	27 septembre 2019	Pression / Relations gouvernementales
À la mémoire de Peter Demarsh, un champion de la foresterie	9 août 2019	Message à l'industrie
Le potentiel gaspillé de nos forêts	31 mai 2019	Pression / Relations gouvernementales
Bataille avec le gouvernement américain, l'inaction nous coûte 100 millions de dollars	21 mars 2019	Pression / Relations gouvernementales
Des offices de commercialisation du bois forts profitent à tous	1 février 2019	Pression / Relations gouvernementales (Spécifique aux Offices de commercialisation)
La biodiversité des forêts n'est pas une priorité ici	17 janvier 2019	Pression / Relations gouvernementales
Nouveau gouvernement – Il est temps de passer à une nouvelle loi sur les terres et forêts de la Couronne	15 novembre 2018	Pression / Relations gouvernementales
Comment les récents engagements en faveur d'une meilleure politique forestière pourraient conduire au changement. Cette fois-ci.	17 septembre 2018	Pression / Relations gouvernementales
Comprendre l'incroyable potentiel de nos terres de la Couronne	31 août 2018	Pression / Relations gouvernementales
Les parties conviennent qu'il y a un problème avec la gestion des terres de la Couronne – et maintenant?	23 août 2018	Pression / Relations gouvernementales
Les citoyens doivent-ils être lésés pour que les entreprises du N.-B. survivent?	10 août 2018	Pression / Relations gouvernementales
Le Nouveau-Brunswick laisse passer une occasion que nous ne pouvons pas nous permettre de laisser passer	12 juillet 2018	Pression / Relations gouvernementales
Il est temps d'adopter une nouvelle loi améliorée sur les terres et forêts de la Couronne	31 mai 2018	Pression / Relations gouvernementales

Les choses ont changé – Rencontre avec un propriétaire de lot boisé de 6 ^e génération	1 mai 2018	
Les Néo-Brunswickois comprennent. Ils voient l'injustice et ils n'aiment pas ça.	5 avril 2018	Pression / Relations gouvernementales
Les propriétaires de lots boisés privés : le groupe le plus injustement traité au Nouveau-Brunswick?	16 mars 2018	Pression / Relations gouvernementales

Analyse des activités :

En se fondant sur son examen des activités de la FPLBNB, la Commission a constaté que le thème le plus commun à tous les messages publics et à toutes les activités de la Fédération était de faire pression sur le gouvernement du Nouveau-Brunswick pour qu'il apporte des changements à la loi ou qu'il habilite davantage les offices de manière à améliorer la situation des propriétaires de lots boisés privés. À l'exception de quelques postes qui visaient à transmettre des messages qui ne visent pas à faire du lobbying auprès du public, la FPLBNB s'est concentrée sur les relations entre le gouvernement du Nouveau-Brunswick et les propriétaires de lots boisés privés et les offices. La Fédération décrit la situation à laquelle sont confrontés les propriétaires de lots boisés privés et les offices comme étant plutôt désastreuse.

La Commission note qu'aucun des articles de blogue ou des autres activités examinées n'a pour but de promouvoir, d'annoncer ou de commercialiser le produit qui est cultivé sur les lots boisés privés du Nouveau-Brunswick. Il n'y a pas non plus de messages sur des produits précis fabriqués ou vendus au Nouveau-Brunswick. Certaines activités concernent spécifiquement les offices, mais uniquement dans le but d'obtenir un élargissement des pouvoirs de ces derniers. La Fédération ne fait aucun effort pour aider les offices à s'acquitter de leur mandat – la promotion et la commercialisation des produits réglementés au Nouveau-Brunswick.

La Commission n'a pas été en mesure de trouver des documents publiés par la FPLBNB concernant la promotion des produits forestiers du Nouveau-Brunswick ou la commercialisation et la publicité de ces produits. La Commission s'inquiète du fait que la Fédération ne se préoccupe pas du produit au Nouveau-Brunswick, mais plutôt des relations de l'industrie avec le gouvernement.

Conclusion

De plus, la Commission a examiné les 27 billets de blogue affichés sur le site Web de la FPLBNB afin de déterminer quelle catégorie d'activité était menée par l'intermédiaire de ces documents. Le thème qui revient le plus souvent dans les messages est la nécessité pour le gouvernement du Nouveau-Brunswick d'apporter des changements aux lois et règlements ou de donner plus de pouvoirs aux offices de façon à améliorer la situation des propriétaires de lots boisés du Nouveau-Brunswick, qui est décrite dans la majorité des messages comme étant assez désastreuse. Notamment, à part le fait de suggérer que des changements législatifs « régleraient » les problèmes des propriétaires de lots boisés, il y a peu ou pas de « promotion ou de publicité » des produits qui sont réglementés par les offices au Nouveau-Brunswick.

ADHÉSION

Dans le site Web de la FPLBNB, les membres de l'organisation sont clairement définis comme suit :

About	New Brunswick Federation of Woodlot Owners is a federation of private woodlot owner
WHO WE ARE	Associations from around the province. The New Brunswick regional forest products
WHAT WE DO	marketing boards are members of the NBFWO.
MARKETING BOARDS	
FEDERATION BOARD MEMBERS	Therefore if you are a member of your local marketing board you are also a member of the
CONTACT	federation. New members are welcome; any private woodlot owner association in NB is eligible to be a member of the NBFWO.

*Le contenu du site de la FPLBNB n'est pas disponible en français

Examen de l'adhésion :

D'après l'examen de l'information relative à la FPLBNB, la Commission a conclu que les conseils maintiennent volontairement leur adhésion à la Fédération. Cette dernière soutient que, par extension, tous les propriétaires de lots boisés privés qui sont propriétaires ou producteurs dans les zones réglementées par les offices sont essentiellement forcés de devenir membres de la FPLBNB. Il ne s'agit pas d'une adhésion par consentement. En outre, les offices de commercialisation ne sont pas des associations fondées sur l'adhésion. Ce sont des organismes de réglementation et ils ont autorité sur toute personne qui se livre à la commercialisation ou à la production et à la commercialisation du produit réglementé. Toute personne exerçant ces activités est soumise à la réglementation et au contrôle des offices de commercialisation, et ce n'est pas facultatif, elle ne devient pas non plus un « membre » de l'office de commercialisation.

De plus, d'après l'examen par la Commission des membres de la FPLBNB, il y a des propriétaires de lots boisés privés qui sont réputés être membres de la Fédération, mais qui n'ont pas consenti à cette adhésion. Cette situation est particulièrement préoccupante pour la Commission, car il y a des propriétaires de lots boisés privés qui, par l'intermédiaire des remises de redevances à leur office de commercialisation local, contribuent à la FPLBNB, mais qui n'ont pas choisi de le faire.

Conclusion

D'après son examen, la Commission comprend que tous les offices sont des membres volontaires de la FPLBNB et qu'ils ont donné leur consentement à cet égard. Cependant, par extension, tous les propriétaires de lots boisés privés du Nouveau-Brunswick sont automatiquement considérés comme des membres de la FPLBNB, même s'ils n'ont pas donné leur consentement à cet effet.

ANALYSE JURIDICTIONNELLE D'ORGANISATIONS SIMILAIRES

La Commission a examiné des organisations similaires au Nouveau-Brunswick et dans d'autres provinces. Le but de cet examen était de déterminer si d'autres provinces ou territoires avaient examiné ou analysé une situation similaire qui pourrait servir de guide à la Commission du Nouveau-Brunswick. Dans le cadre de cet examen, la Commission a passé en revue les organisations suivantes :

1. Association des boisés de l'Ontario
2. Alliance agricole du Nouveau-Brunswick
3. Woodlot Association of Manitoba (en anglais seulement)
4. Woodlot Association of Alberta (en anglais seulement)
5. Association des propriétaires de forêts privées (C.-B.)
6. Fédération des propriétaires de boisés de la Nouvelle-Écosse
7. Association des propriétaires de boisés de l'Î.-P.-É
8. Fédération des producteurs forestiers du Québec

Examen d'autres organisations :

La Commission note qu'il existe des organismes semblables à la FPLBNB qui fonctionnent partout au Canada. Dans ces cas, cependant, l'adhésion est traitée de manière très différente. Dans d'autres provinces et territoires, l'adhésion aux associations repose sur les propriétaires de boisés privés ou les entreprises de lots boisés, en fonction des adhésions et des cotisations individuelles. Dans ces circonstances, les propriétaires de lots boisés privés individuels ont le choix de devenir membres de l'association et de payer des cotisations en conséquence. Chaque propriétaire de boisé privé a ensuite la possibilité d'apporter sa contribution à l'association en conséquence. Les créations législatives telles que l'office ne sont pas présentes en tant que membres de ces associations, et il n'y a pas d'adhésion automatique des propriétaires de lots boisés privés sans consentement.

La Commission a également examiné des organisations basées au Nouveau-Brunswick dans d'autres industries. L'Alliance agricole du Nouveau-Brunswick a une adhésion fondée sur l'enregistrement des fermes, mais cela se fait sur une base individuelle. Les offices de commercialisation de produits agricoles ne participent pas à l'Alliance agricole du Nouveau-Brunswick. En outre, il n'y a pas d'adhésion automatique à l'égard de cette organisation; un consentement est nécessaire pour y adhérer.

La Commission a précisément examiné la relation entre les organismes de réglementation législative, comme les offices, et les associations industrielles au Canada. Elle a constaté une différence fondamentale entre les « associations » et les « offices ». La participation ou l'adhésion à ces associations est entièrement volontaire et sur demande (non automatique). Les associations agissent généralement dans l'intérêt de leurs membres en défendant ou en faisant pression au nom de la profession ou du groupe d'intérêt. En ce sens, ces associations sont très similaires à la FPLBNB.

D'après l'examen par la Commission d'associations semblables à la FPLBNB, il existe des activités de lobbying qui peuvent potentiellement déboucher sur un plaidoyer contre le cadre réglementaire d'organismes législatifs tels que les offices. Il est donc tout à fait possible qu'une association comme la FPLBNB soit tenue, à un moment donné, de faire pression ou de se prononcer *contre* le cadre réglementaire mis en place par un office local, lorsque, selon l'entente actuelle, cet office est membre de la FPLBNB.

De plus, les associations telles que la FPLBNB ne sont pas régies par une autorité législative et sont généralement autogérées par un conseil d'administration composé de membres individuels. Les offices de commercialisation sont régis par l'autorité législative qui leur a été conférée en vertu de la *Loi sur les produits naturels* (Nouveau-Brunswick) et, bien qu'ils soient également autogérés par un conseil d'administration élu par leurs pairs, leur rôle consiste principalement à

régir correctement l'exercice et l'application de leurs pouvoirs réglementaires. Le rôle d'une association est généralement plus axé sur le développement, l'éducation ou la défense des intérêts de ses membres. D'après l'examen de la Commission, ces rôles pourraient entrer en conflit les uns avec les autres.

Enfin, la Commission a cherché des lignes directrices ou des règlements dans d'autres provinces et territoires en ce qui concerne les dépenses acceptables par les offices, dans l'espoir que ces lignes directrices et ces règlements puissent aider la Commission sur cette question. Cette recherche a permis de découvrir un document préparé par la Commission des produits agricoles de l'Ontario intitulé « Guidelines for Marketing Board Expenditures and Reporting Requirements and Regulations on Investments by Marketing Boards ». Ce document peut être consulté à l'adresse suivante Directives concernant les dépenses des commissions de commercialisation et les exigences en matière de rapports et Règlement sur les investissements des commissions de commercialisation (gov.on.ca) (en anglais seulement).

Bien que ce document ne se limite pas aux dépenses des associations comme la FPLBNB, la Commission estime que les autres sujets sont également utiles, car ils ont trait à des problèmes qui se sont produits dans le passé avec les offices de commercialisation des produits forestiers du Nouveau-Brunswick.

Conclusion

Dans presque tous les cas, l'adhésion des propriétaires de lots boisés des autres provinces était fondée sur les propriétaires de lots boisés individuels ou les entreprises de lots boisés, avec des cotisations individuelles. D'autres organisations et associations [semblables à la FPLBNB] comptent parmi leurs membres des intervenants de l'industrie privée sur une base volontaire. L'adhésion à des offices réglementaires et créés par la loi ne se retrouve pas dans d'autres provinces/territoires et industries au Canada. Ce cadre permet à une association de s'engager dans des activités de lobbying et d'autres activités au profit des parties prenantes de l'industrie privée de manière efficace sans compromettre l'indépendance de tout organisme de réglementation créé par la loi.

L'utilisation des prélèvements de l'office pour financer les activités actuelles de la FPLBNB est incompatible avec les dispositions de la *Loi sur les produits naturels* et de son règlement. De plus, la Commission est très préoccupée par le fait que les propriétaires de lots boisés du Nouveau-Brunswick n'ont pas le choix d'être ou non considérés comme membres de la FPLBNB, surtout lorsqu'ils n'ont pas le choix d'être ou non réglementés par leur office local. S'ils exercent des activités qui relèvent du cadre réglementaire (c'est-à-dire la commercialisation d'un produit réglementé), ils sont légalement tenus de s'y conformer. Par conséquent, leur adhésion à la FPLBNB est automatique, même s'ils n'y consentent pas. À cet égard, la liberté de tous les propriétaires de lots boisés privés de choisir de contribuer à une association comme la FPLBNB est limitée. Il est possible que de nombreux propriétaires de lots boisés privés au Nouveau-Brunswick ne soient même pas au courant de leur adhésion « automatique » à la FPLBNB, car la Commission n'a pas été informée de l'existence de lettres de rapport ou d'autres documents émis par la FPLBNB qui pourraient informer un propriétaire de lot boisé privé de son adhésion.

RÉSULTATS ET CONCLUSION

Grâce à cette enquête, la Commission constate que la majorité des dépenses effectuées par les sept offices de commercialisation des produits forestiers dans le cadre de leur structure de cotisation et les dépenses supplémentaires pour les activités menées par la FPLBNB sont inappropriées et ne correspondent pas aux dépenses conformes aux dispositions de la *Loi sur les produits naturels*. La Commission a interprété ces dispositions de la manière suivante :

1. Les offices sont autorisés par la loi à utiliser les fonds générés par la collecte des prélèvements à des fins précises. Les objectifs visés par le Règlement 2005-104 – *Règlement sur les redevances des offices de commercialisation des produits forestiers – Loi sur les produits naturels* comprennent (soulignement ajouté pour mettre l'accent) :
 - a. la création de réserves,
 - b. le paiement des dépenses et des pertes résultant de la vente ou de l'élimination d'un tel produit réglementé,
 - c. la péréquation ou l'ajustement entre les producteurs de tout produit réglementé de l'argent réalisé à partir de la vente de ce produit réglementé pendant la ou les périodes de temps que l'office ou l'agence de commercialisation peut déterminer, et
 - d. les activités de promotion et de recherche.
2. En vertu du Règlement 2014-1 – *Règlement sur le plan de commercialisation des produits forestiers du Nouveau-Brunswick – Loi sur les produits naturels*, les offices sont investis des pouvoirs suivants :
 - a. entreprendre et aider à la promotion de la consommation et de l'utilisation du produit réglementé, à l'amélioration de la qualité et de la variété du produit réglementé et à la publication d'informations relatives au produit réglementé;
 - b. d'entreprendre ou d'engager d'autres personnes pour faire la publicité et la promotion du produit réglementé;
3. La Commission est d'avis que la majorité des activités entreprises ou des publications de la FPLBNB ne constituent pas une promotion ou une publicité du produit réglementé au sens de la *Loi sur les produits naturels (Nouveau-Brunswick)*. De plus, la majorité des publications de la FPLBNB semblent préconiser des changements réglementaires, dont certains pourraient être exercés par les offices s'ils choisissaient de le faire. Si les efforts de lobbying peuvent constituer une dépense appropriée pour un office individuel, le financement des efforts de lobbying d'une autre organisation n'est pas approprié.
4. Certains offices ont utilisé de façon inappropriée les fonds reçus du gouvernement du Nouveau-Brunswick par l'intermédiaire du Programme provincial de sylviculture sur les terres privées pour payer une partie de leur cotisation à la FPLBNB et/ou des dépenses de la FPLBNB. Les fonds en question sont destinés à être utilisés pour l'administration du Programme de sylviculture par les offices.
5. Les offices ont financé les frais juridiques de la FPLBNB, ce qui n'est pas du tout prévu par la loi en ce qui concerne l'utilisation autorisée des fonds générés par la perception des redevances par les offices. Les frais juridiques d'un office individuel seraient une utilisation légitime des fonds de prélèvement, mais le financement des frais juridiques d'une autre organisation ne l'est pas dans ces circonstances.

6. Les propriétaires de lots boisés individuels, que la FPLBNB prétend représenter, n'ont pas le choix quant à leur adhésion ou à leur soutien financier ou autre à l'organisme. La Commission trouve cela très inhabituel et inapproprié. Dans son enquête, la Commission a constaté que des organisations similaires au Nouveau-Brunswick et dans d'autres provinces et territoires sont fondées et financées sur des structures d'adhésion et de cotisation à l'échelle individuelle. La Commission reconnaît également que, malgré le fait que la structure actuelle de la FPLBNB est en place depuis longtemps, c'est la première fois qu'on lui demande officiellement d'enquêter sur la question dans ce contexte.
7. Il faut faire une distinction claire entre les propriétaires de lots boisés privés au Nouveau-Brunswick et les offices qui les réglementent. Les propriétaires de lots boisés privés devraient avoir la liberté de devenir membres de la FPLBNB de leur propre gré. Il ne devrait pas y avoir d'adhésion automatique implicite pour les propriétaires de lots boisés individuels par le biais de l'adhésion perçue par leurs offices respectifs.

MESURES RECOMMANDÉES

À la suite des résultats de cette enquête, il est recommandé que la Commission adopte les mesures correctives suivantes :

1. Rédaction d'une ordonnance de la Commission prévoyant expressément que les offices ne sont pas autorisés à utiliser les fonds générés par la perception des redevances aux fins de financement de la Fédération des propriétaires de lots boisés du Nouveau-Brunswick et qu'ils doivent cesser toute adhésion à une date à déterminer après l'examen juridique final et la mise en œuvre de l'ordonnance. Pour plus de clarté, les propriétaires de lots boisés privés sont libres de demander une adhésion individuelle à la FPLBNB pour leurs propres besoins.
2. Rédaction d'une ordonnance de la Commission pour fournir les directives précises aux offices de commercialisation des produits forestiers en ce qui concerne les dépenses et la manière dont elles seront interprétées. L'arrêté peut être appelé « Arrêté relatif aux dépenses et aux investissements des offices de commercialisation des produits forestiers »;
3. En plus de l'ordonnance susmentionnée, l'ajout d'un nouveau chapitre à la publication de la Commission intitulée « Lignes directrices pour les offices de commercialisation des produits forestiers et leurs directeurs », qui est consacré au sujet de l'ordonnance.
4. Recirculer les nouvelles « Lignes directrices » aux offices de commercialisation et mettre une copie de la publication révisée sur le site Web de la Commission.

ANNEXE "A"

LA LÉGISLATION PERTINENTE

Loi sur les produits naturels, ch. N-1.2, 1999

Action et enquête

L'article 12 de la LPN:

12(3) La Commission peut prendre les mesures prévues au paragraphe (4) lorsqu'elle a des motifs raisonnables de croire qu'une agence, un office ou une personne qui exerce des fonctions pour le compte d'une agence ou d'un office commet un acte ou suit une ligne de conduite qui peut

- a) contrevenir à la présente loi ou aux règlements;
- b) constituer une mauvaise pratique commerciale;
- c) porter atteinte aux intérêts des personnes pour lesquelles l'agence ou l'office a été établi;
- d) constituer un défaut de la part de l'agence, de l'office ou de la personne, le fait de ne pas déposer un rapport ou un document qui doit être déposé auprès de la Commission ou le fait de ne pas fournir à la Commission les renseignements exigés;
- e) mener à un manquement, une irrégularité ou une incompatibilité dans l'administration d'un plan; ou
- f) outrepasser le champ d'application, les fins et les pouvoirs de l'agence ou de l'office.

12(4) Pour l'application du paragraphe (3), la Commission peut prendre une ou plusieurs des mesures suivantes:

- a) enquêter sur les activités et affaires internes de l'agence ou de l'office ou de la personne qui exerce des fonctions pour le compte de l'agence ou de l'office;
- b) préparer un rapport concernant les résultats d'une enquête et, si la Commission l'estime nécessaire, rendre public le rapport;
- c) ordonner à l'agence ou à l'office de prendre les mesures correctives qu'elle estime nécessaires.

15 La Commission exerce une surveillance générale sur les agences et offices créés en application de la présente loi et assume les autres devoirs et fonctions et exerce les attributions prescrits par règlement pour la réalisation de l'objet de la présente loi.

Redevances ou frais aux fins de l'office ou de l'agence de commercialisation

37(1) Le lieutenant-gouverneur en conseil peut, par voie de règlement, habiliter un office ou une agence de commercialisation relativement à la commercialisation ou à la production et à la commercialisation d'un produit réglementé localement dans la province,

a) à fixer des redevances ou frais, à les imposer aux personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation de la totalité ou d'une partie d'un produit réglementé et à percevoir ces redevances ou frais de ces personnes;

b) aux fins de l'alinéa a), à classer les personnes visées à l'alinéa a) en groupes et à fixer le montant des redevances ou frais qui peuvent être exigés des personnes qui les composent; et

c) à affecter les redevances ou frais prévus à l'alinéa a) aux fins de cet office ou de cette agence de commercialisation, y compris

(i) la création de réserves,

(ii) le paiement des dépenses et pertes découlant de la vente ou de l'aliénation de ce produit réglementé,

(iii) la répartition ou la péréquation entre les producteurs d'un produit réglementé des sommes réalisées

en raison de la vente de ce produit réglementé durant une période ou des périodes que peut déterminer l'office ou l'agence de commercialisation, et

(iv) les activités de promotion et de recherche.

Règlement 2014-1 le Plan de commercialisation des produits forestiers du Nouveau-Brunswick - Loi sur les produits naturels, (O.C. 2014-1)

3(1) Le présent règlement pourvoit à l'établissement de plans distincts pour chacun des offices de commercialisation de produits forestiers :

a) Office de commercialisation des produits forestiers de Carleton-Victoria;

b) Office de commercialisation des produits forestiers du Madawaska;

c) Office de commercialisation des produits forestiers du Nord;

d) Office de commercialisation des produits forestiers du comté de Northumberland;

e) Office de commercialisation des produits forestiers du Sud-Est du Nouveau-Brunswick;

f) Office de commercialisation des produits forestiers du Sud du Nouveau-Brunswick;

g) Office de commercialisation des produits forestiers de York-Sunbury-Charlotte.

Objets de l'établissement d'un Office

7 Les objets pour lesquels un Office est établi sont les suivants :

- a) la promotion, le contrôle et la réglementation dans la zone réglementée de la commercialisation du produit réglementé;
- b) la promotion dans la zone réglementée de la production du produit réglementé;
- c) le développement, la conservation et la gestion des ressources forestières sur les terrains boisés privés dans la zone réglementée;
- d) la promotion de la consommation et de l'usage du produit réglementé.

Déclaration de mission et objectifs stratégiques d'un Office

8 La déclaration de mission et les objectifs stratégiques d'un Office sont :

- a) au moyen de communications, de contacts, de recherches et d'enseignement, de représenter les personnes dans la zone réglementée qui s'occupent de la commercialisation ou de la production et la commercialisation du produit réglementé auprès des autres secteurs de l'industrie forestière, des consommateurs et du public, à l'égard de toutes matières concernant la commercialisation ou la production et la commercialisation du produit réglementé;
- b) de favoriser l'aménagement et l'utilisation des terrains boisés privés de la zone réglementée pour en faire une source sûre d'approvisionnement en produits forestiers de base de qualité supérieure à l'intention des entreprises utilisatrices de bois.

Pouvoirs d'un Office

9 Un Office est investi des pouvoirs suivants :

- a) commercialiser le produit réglementé;
- b) interdire la commercialisation ou la production et la commercialisation, en totalité ou en partie, du produit réglementé;
- c) fixer la date et le lieu où le produit réglementé est commercialisé ou produit et commercialisé et désigner l'organisme qui se chargera de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation ou par l'intermédiaire duquel la commercialisation ou la production et la commercialisation sera effectuée;
- d) obliger toute personne, avant qu'elle ne commence ou ne continue à commercialiser ou à produire et à commercialiser le produit réglementé, à s'inscrire et à obtenir une licence auprès de l'Office;
- e) fixer les droits ou frais de licence à acquitter périodiquement en contrepartie des services rendus par l'Office et percevoir ces droits ou frais de toute personne qui commercialise ou produit et commercialise le produit réglementé; classer à cette fin ces personnes en groupes et fixer les droits de licence et frais ou les droits de licence ou frais qui peuvent être exigés des personnes

qui les composent, et recouvrer ces droits de licence et frais ou ces droits de licence ou frais devant tout tribunal compétent;

f) suspendre ou annuler une licence en cas de violation d'une disposition de la Loi, du plan, d'un règlement ou d'un arrêté de l'Office et rétablir une licence suspendue ou annulée;

g) imposer à toute personne qui produit le produit réglementé l'obligation d'offrir en vente et de vendre ce produit à l'Office ou par l'intermédiaire de l'Office;

h) interdire à toute personne de transformer, d'emballer ou d'empaqueter le produit réglementé qui n'a pas été vendu à l'Office, par lui ou par son intermédiaire;

i) affecter, à la réalisation du plan et au paiement des dépenses de l'Office, toutes sommes reçues par l'Office;

j) exiger que toute personne qui reçoit le produit réglementé déduise du montant payable pour le produit réglementé tout droit de licence ou tous frais visés à l'alinéa e) qui sont payables à l'Office par la personne qui commercialise ou produit et commercialise le produit réglementé reçu et de remettre ce droit de licence ou ces frais à l'Office ou à son représentant à cette fin;

k) appliquer et gérer les programmes de gestion forestière sur les terrains boisés privés;

l) se charger de faire et aider à faire la promotion de la consommation et de l'utilisation du produit réglementé, l'amélioration de la qualité et de la variété du produit réglementé et la publication des renseignements relatifs au produit réglementé;

m) se charger ou charger d'autres personnes d'annoncer et de promouvoir le produit réglementé;

n) collaborer et agir de concert avec tout office canadien ou provincial en vue de réglementer la commercialisation du produit réglementé;

o) prendre les arrêtés que l'Office juge nécessaires ou opportuns pour réglementer efficacement la commercialisation ou la production et la commercialisation du produit réglementé ou pour exercer un pouvoir dont l'Office est investi;

p) les pouvoirs d'une corporation prévus à la *Loi sur les corporations commerciales* et, sous réserve de la Loi, dans l'exercice de ces pouvoirs les membres de l'Office sont réputés en être ses actionnaires et administrateurs.

Règlement 2005-104 Règlement sur les redevances des offices de commercialisation des produits forestiers - Loi sur les produits naturels

Redevances ou frais relatifs à la commercialisation

3(1) Un office est autorisé, relativement à la commercialisation ou à la production et à la commercialisation du produit réglementé localement dans la province, à faire ce qui suit :

a) à fixer des redevances ou frais, à les imposer aux personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation de la totalité ou d'une partie du produit réglementé et à percevoir ces redevances ou frais de ces personnes;

b) aux fins de l'alinéa a), à classer les personnes visées à cet alinéa en groupes et à fixer le montant des redevances ou frais qui peuvent être exigés des personnes qui les composent;

c) à affecter les redevances ou frais prévus à l'alinéa a)aux fins de l'office, y compris ce qui suit:

(i) la création de réserves,

(ii) le paiement des dépenses et pertes découlant de la vente ou de l'aliénation du produit réglementé,

(iii) la répartition ou la péréquation entre les personnes s'occupant de la commercialisation ou de la production et de la commercialisation du produit réglementé des sommes réalisées en raison de la vente de ce produit réglementé durant une période ou des périodes que peut déterminer l'office,

(iv) les activités de promotion et de recherche.