

M. IRVINE: Non, j'ai essayé de le lui faire dire, mais il s'est montré très insistant en affirmant qu'il ne s'agissait pas d'une marchandise vendue à perte pour attirer la clientèle. Seriez-vous prêt à dire que votre compagnie fournit une marchandise vendue à perte pour attirer la clientèle en fabricant un pain bon marché qui entraîne pour vous une perte et que les détaillants vendent en réalisant un profit?

M. LOFTUS: Je ne dirai certainement pas qu'il y a eu profit dans la vente à 10 cents par la maison Loblaw d'un pain que nous lui vendons 9 cents, car elle doit avoir elle aussi ses frais comme n'importe quelle autre entreprise. Elle doit payer sa main-d'œuvre, son loyer et toutes sortes d'opérations que nécessite ce pain en particulier. Quelle est la marge de profit, monsieur Antliff?

M. ANTLIFF: La marge est de 15 p. 100 en moyenne, si je me rappelle les chiffres.

M. LOFTUS: Vous devez déduire le 10 p. 100.

M. IRVINE: Naturellement, je dois m'appuyer sur le témoignage de l'homme qui effectue la vente. Je ne connais rien à cela.

M. LOFTUS: Je n'en connais pas plus au sujet des affaires de la maison Loblaw que ce que j'ai lu dans le témoignage rendu ici.

M. IRVINE: Donc, j'ai insisté sur cette question même et il a été très explicite sur le fait que cette maison réalise un profit au moins suffisant pour être exonérée de l'accusation de fournir un article-réclame vendu à perte. Il n'en est pas fait mention dans le témoignage. Aussi, cela vous place-t-il dans la situation périlleuse d'être accusé de fournir une marchandise vendue à perte pour attirer la clientèle.

M. LOFTUS: Dans ce cas particulier, je présume que vous pouvez le qualifier comme tel parce que c'est sûrement une perte. Que vous ajoutiez ou non les mots "pour attirer la clientèle", c'est certainement une perte.

M. IRVINE: Je désire vous poser une question au sujet de la colonne 5. On y indique une perte de .87 de cent pour le pain de la variété Cottage.

M. LOFTUS: Oui.

M. IRVINE: Maintenant, prétendriez-vous que tout en accusant une perte de .87 sur le pain de variété Cottage, cela vous paie encore de le fabriquer en subissant cette perte parce que le plan de pain de type Cottage, si je puis l'appeler ainsi, vous a permis de répartir plus largement vos frais généraux, sur une plus grande échelle, et d'une manière ou d'une autre a donné des résultats favorables?

M. LOFTUS: Oui.

M. IRVINE: J'aimerais que vous nous expliquiez clairement comment vous pouvez présenter votre perte de .87 de cent par pain comme un gain général de quelque façon que ce soit?

M. LOFTUS: Je crois que M. Antliff peut répondre.

M. ANTLIFF: Les frais généraux de .78 et de dépréciation de .31 joueraient, que nous produisions ou non le pain Cottage. Cela a sa portée quelque part. On en a tenu compte d'une façon générale dans le rapport. Si cela était déduit vous pourriez constater une marge petite ou nominale pour ce qui est de la maison Loblaw. Il y a aussi le fait de maintenir la continuité comme l'a mentionné à diverses reprises M. Loftus. Nous pouvons être disposés à assumer temporairement une perte, à cause de relations d'affaires anciennes, bien qu'une fois les frais généraux éliminés nous ne perdions pas tellement. Ces frais seront répartis sur les autres pains et leur aspect sera moins favorable.