

tion, sous la direction d'un ministre, ce qui a été fait. Et voici la recommandation suivante:

Que des mesures soient prises immédiatement pour promouvoir la normalisation et la simplification des catégories, de la nomenclature et des techniques d'emballage en ce qui concerne les articles de consommation courante.

Il m'est arrivé, comme à tous les autres députés, maris et pères de famille, j'en suis sûr, d'accompagner ma femme ou ma fille dans les magasins. Je signale aux députés que si l'on tient à acheter en se fondant sur les prix unitaires—je ne prétends pas que ce soit le cas de beaucoup de gens, mais il y en a qui le font et c'est une méthode que nous devrions encourager—il faudrait apporter avec soi une machine à calculer pour pouvoir établir, par exemple, le prix par once.

J'ai fait des emplettes comparatives dernièrement. J'ai trouvé du beurre d'arachide de marque très populaire, en pots de 12 onces et d'une livre. Les prix étaient irrationnels et il aurait fallu, je le répète, une règle à calcul pour déterminer le format le moins cher. J'ai trouvé de la moutarde en pots de 6 onces et de 16 onces, du ketchup en bouteilles de 11, 15 et 20 onces liquides. Quant au saumon, j'en ai trouvé en boîtes de 3½ onces et de 7¾ onces. Je ne vois pas comment on pourrait calculer quelle est celle des deux boîtes qui revient le moins cher.

J'ai trouvé du maïs dans des boîtes de 11 onces et de 15 onces. Voisinant sur une même étagère, j'ai vu des boîtes de soupe de différentes marques. Il y avait des boîtes de 10 onces liquides d'une certaine marque, des boîtes de 10½ onces d'une autre marque et d'autres de 11 onces d'une troisième marque. Celui qui voudrait acheter la soupe la moins chère, compte tenu de la capacité de la boîte, serait bien embarrassé pour le faire.

• (5.10 p.m.)

J'en arrive maintenant aux savons. Les députés savent probablement que les fabricants de savon sont ceux qui dépensent le plus pour faire la publicité et essayer de nous convaincre que tel savon est le meilleur de tous, qu'un autre lave le linge à meilleur marché, et qu'un détersif obtient des résultats inégalés. Devant ces produits, je défie quiconque, y compris un mathématicien compétent, de calculer quelle marque coûte le moins cher l'once. Spic & Span se vend en trois formats: 3.5 onces, 2.8 onces et 4.6 onces. Joy a les mêmes. Surf se vend en différents formats. En outre, les fabricants ont pris l'habitude d'imprimer sur leurs étiquettes que le produit

[M. Orlikow.]

se vend à 10c. ou 20c. de moins que le prix régulier. Au Canada, la loi défend au fabricant d'imposer un prix de détail précis, mais le fabricant déclare sur l'emballage que le produit se vend à un prix inférieur au prix régulier. Il n'en a pas le droit. Il le fait, j'en suis sûr, pour créer la confusion chez le consommateur. C'est le détaillant qui décide du prix de vente d'un produit.

Quant au format, un seul motif, à mon avis, peut justifier cette étrange façon d'emballer la marchandise: confondre le client. Le fabricant ou l'emballleur n'a pas d'autres raisons pour présenter autant de formats. J'estime que le projet de loi constituera une aide précieuse pour le nouveau ministre de la Consommation et des Corporations (M. Turner) dans ses efforts pour protéger les consommateurs. Il lui permettra de convaincre les fabricants, les transformateurs ou les emballeurs d'attacher une certaine signification aux indications fournies sur les étiquettes quant au format. Aucune disposition de la mesure à l'étude ne suscitera des difficultés à ceux qui fabriquent des produits ainsi emballés. Le bill obligera seulement les fabricants ou les emballeurs à utiliser des formats réguliers, comme ceux dont fait état le rapport de 1962 de l'Association des consommateurs et dont je m'inspire.

Il est manifestement difficile à un fabricant ou à un emballeur de vendre au consommateur un produit de dimension minimum si son concurrent peut changer la publicité quant à la dimension. C'est ce qui se fait. Le nouveau ministre de la Consommation et des Corporations aura le droit, aux termes de la loi, d'établir clairement un règlement sur l'emballage. Il en résultera des exigences bien fondées. Voilà le but du bill à mon avis.

Je ne l'ai pas rédigé. Il s'inspire essentiellement d'un projet de loi que le sénateur Hart, du Michigan, a présenté au Sénat américain et qu'accueillent avec enthousiasme les associations de consommateurs des États-Unis.

Permettez-moi de terminer en résumant ce que le présent bill accomplira. La plupart des députés connaissent, j'en suis sûr, le *Consumer's report* de mai 1963 qui explique brièvement ce que fera le présent bill, selon les dispositions suivantes:

L'énoncé du poids net sur le devant du paquet.

L'établissement de normes régissant l'endroit où placer l'énoncé du poids net et les dimensions des caractères.

La défense d'utiliser des qualificatifs de la quantité tels que «géant», «gros» et «grand» dans l'énoncé du poids net. On n'accepterait pas, par exemple, «gros gallon» ni «pinte géante».