

M. LOFTUS : Je suppose que vous voulez parler de la qualité du pain ?

Le PRÉSIDENT : Je crois qu'on devrait permettre à M. Fleming de compléter son interrogatoire, si vous le voulez bien, monsieur Johnston.

M. FLEMING : J'ai presque fini mes questions, monsieur le président.

M. LOFTUS : Je crois que nos autorités devraient connaître les prix demandés aux Etats-Unis.

M. FLEMING : Je ne m'intéresse pas tellement au prix américain dans le moment ; si M. Johnston désire poursuivre subséquemment cet aspect de l'enquête, il le pourra, monsieur Loftus. J'en reviens au facteur de la concurrence dans le pain à 10 cents comme exerçant une influence sur le prix que le consommateur paiera pour le pain de qualité. Maintenant, si cette question n'est pas trop hypothétique, voudriez-vous faire connaître votre opinion au Comité : si les chaînes de magasins n'employaient pas, comme vous le dites ou à votre avis, le pain à 10 cents comme vedette déficitaire et que ce pain atteindrait — non, je vous demanderai d'abord : à quel prix, suivant vous, se vendrait ce pain au consommateur s'il n'était pas classé comme vedette déficitaire ? Est-ce là une juste question ?

M. LOFTUS : Je dirais deux pains pour 23 cents ou 12 cents le pain.

M. FLEMING : Si ce pain à meilleur marché se vendait à ce prix, y a-t-il lieu de croire que le pain de qualité se vendrait avec une marge au-dessus du pain inférieur qui serait beaucoup plus grande que la différence dans le coût de production, compte non tenu de la distribution ?

M. LOFTUS : Cela nous aiderait beaucoup, monsieur Fleming ; mais je crois que cela nous mènerait juste au point où nous accuserions un profit raisonnable. Cela nous aiderait sérieusement.

M. FLEMING : Je ne crois pas que vous me suiviez bien, monsieur Loftus ; je ne vous demande pas si cela serait profitable ; je vous interroge sur l'effet d'une différence entre les deux pains, la différence dans votre prix de vente au consommateur, si le prix de détail du pain moins cher, le pain Cottage, atteignait le chiffre que vous avez mentionné, deux pour 23 ou 12 cents le pain ? Quel effet cela aurait-il sur le prix de détail du pain le plus cher ?

M. LOFTUS : Je crois que beaucoup de gens qui achetaient le pain à 12 cents s'approvisionneraient ailleurs et achèteraient directement de la voiture de livraison.

M. FLEMING : Est-ce que cela aurait un effet sur le prix actuel de 14 cents payé par le consommateur à Toronto et à Montréal ?

M. LOFTUS : Je ne le crois pas.

M. LESAGE : Monsieur Loftus, voudriez-vous regarder la colonne 5 sous la marque Cottage ? Je voudrais vous poser une question en rapport avec votre déclaration que le pain à 10 cents ne peut se vendre qu'à perte. Vous avez exprimé cette opinion en réponse à M. Fleming ?

M. LOFTUS : C'est exact.

M. LESAGE : Vos frais de livraison ou distribution pour la marque Cottage sont de 1.88 cents ; est-ce exact ?

M. LOFTUS : C'est bien cela.

M. LESAGE : Si cet item était de .42 de cent par pain, est-ce que votre coût ne serait pas de 8.41 cents ?

M. ANTLIFF : C'est là une question d'arithmétique, de comptabilité.

M. LESAGE : Parfaitement. Alors vous pourriez vendre votre produit avec un profit de .59 cent par pain.