

cette Association qui, à ce que je crois, a donné des résultats satisfaisants et a en même temps servi les intérêts des consommateurs au Canada.

M. SALES: J'admettrai que l'on peut obtenir de bons résultats autres que ceux de l'établissement des prix, naturellement.

*M. Robertson:*

Q. Monsieur le président, pouvons-nous revenir à la question de la distribution?

Le PRÉSIDENT: Certainement.

*M. Robertson:*

Q. Vous avez dit que le coût de distribution était plus élevé aujourd'hui que jamais auparavant ou quelque chose de ce genre?—R. Il n'est pas à ma connaissance que le coût de distribution, si ce n'est à certains points de vue, soit plus élevé; les frais de transport sont plus élevés, mais les frais réguliers ou—disons l'écart entre le prix que le manufacturier reçoit au Canada pour ses produits et celui que le consommateur paie représente à mon avis l'écart le plus fort que nous ayons eu au Canada.

Q. Pouvez-vous nous exposer un moyen quelconque de remédier à cet état de choses?—R. Non, je ne le puis pas parce que je ne me suis jamais arrêté à cette question et lors même que je m'y serais arrêté je doute fort que j'aie la compétence voulue pour faire des recommandations.

Q. Quels sont les différents item qui concourent à former cet écart considérable? Le transport en est un?—R. Le transport en est un, l'augmentation de l'échelle des salaires, l'augmentation du coût de la vie et dans un très grand nombre de cas, comme je l'ai exposé ici, le pourcentage exorbitant de profit que l'on fait payer au consommateur. A ce sujet, monsieur le président, je tiens à dire tout de suite que je ne veux pas du tout vous laisser sous l'impression que le marchand détaillant réalise à l'heure actuelle un profit net exorbitant. Le malaise se trouve, je crois, monsieur le président, mis en évidence par ce fait que les affaires ne sont pas aussi favorables, le chiffre d'affaires n'est pas aussi considérable et que, les marchands détaillants se trouvant actuellement responsables de loyers très élevés, doivent faire face à des dépenses indirectes considérables tout en voyant diminuer le chiffre de leur commerce; et ces marchands essaient de tenir bon, dans un grand nombre de cas, en dépit d'un commerce réduit de moitié. En conséquence, le consommateur doit payer un profit exorbitant afin que ces hommes puissent ne pas faire naufrage. Le fait est que pour le chiffre d'affaires au Canada il se trouve deux hommes là où un seul suffirait à satisfaire le public.

Q. Dans ce cas, un tarif élevé ou un tarif bas ne modifierait en rien l'égoïsme de ces gens?—R. Non, le tarif, qu'il soit bas ou élevé, n'a absolument rien à faire dans le prix que le manufacturier reçoit et dans le prix que paie le consommateur.

Q. Il y a là une augmentation qui n'est pas du tout causée par le tarif?—R. Non, le tarif n'a rien à y voir.

*M. Sales:*

Q. Si ce n'est à ce point de vue que lorsque l'on importe pour une valeur de \$100 de marchandises et que l'on doit payer un droit de \$35, celui qui vend ces marchandises doit faire un profit en plus de ces droits et le coût de ces marchandises se trouve augmenté d'autant pour le consommateur?—R. Naturellement, à ce point de vue des marchandises importées le tarif compte pour quelque chose. Je parlais au point de vue des marchandises fabriquées au Canada.

Q. Le tarif est une partie intégrale du prix?—R. Oui.

Q. Et le grossiste réalise un profit sur cela tout aussi bien que le détaillant, et lorsque cet article passe entre les mains du consommateur le prix