

d'une baisse de prix, particulièrement par la diminution des marges de profit à tous les niveaux de l'activité commerciale.

L'œuvre de l'Association canadienne des consommateurs a prouvé que lorsque l'opinion publique est formée par une connaissance suffisante de tous les faits se rapportant à une situation donnée, l'effet alors exercé sur les prix est salulaire.

La résistance concertée des acheteurs peut résulter d'un tel travail. Lorsque les prix atteignent des sommets inaccessibles au consommateur ordinaire et que les achats diminuent, une réduction des prix est à prévoir et la majorité des hommes d'affaires dans toute collectivité intelligente s'adaptent à la situation. Il se peut toutefois qu'une minorité de ceux-là préfèrent maintenir une forte marge de bénéfices et un faible volume de ventes plutôt que d'évoluer vers les petits profits et le gros débit.

Les "grèves d'acheteurs" ont été accompagnées d'une publicité spasmodique ; le malheur est que la plupart d'entre elles ont la vie courte et qu'elles surgissent la plupart du temps d'un manque de connaissance des faits réels de la situation. Les ménagères d'une localité quelconque peuvent bien durant un certain temps cesser d'acheter telle ou telle denrée, mais le plus souvent cela n'entrave que légèrement la hausse et, peu après, la reprise des achats amorce la spirale ascendante des prix.

La meilleure méthode d'aviser à la situation des prix est de recueillir autant de renseignements authentiques que possible à l'égard de chaque article de sorte que, au moment opportun, toute mesure préméditée par le consommateur contre les hauts prix sera bien motivée et tombera à son heure.

À cet égard, votre Comité estime qu'il a accompli une tâche publique utile. Il a cherché à découvrir non seulement les raisons profondes des modifications de notre structure des prix, mais il s'est efforcé de mettre en lumière les cas où un ou plusieurs des facteurs supplémentaires décrits à la présente section ont manifestement contribué à la hausse des prix ou des profits. Il a reçu des preuves évidentes que, dans certains cas, ses travaux ont réussi à modifier les vues des vendeurs, soit des grossistes soit des détaillants sur l'élévation de prix. Dans un cas en particulier, un marchand a dit au Comité qu'il se proposait, à la suite des délibérations de ce dernier, de réduire ses prix sur tel article. Dans d'autres cas, des milieux commerciaux ont fait savoir au Comité que, n'eussent été des travaux de celui-ci, ils auraient continué de majorer leurs prix ; malheureusement, dans un très petit nombre de cas, on a laissé entendre au Comité que l'on ne fait que différer la majoration des prix jusqu'au moment où le Comité aura terminé ses délibérations.

AUGMENTATIONS RÉCENTES DES PRIX EN RAPPORT AVEC L'AUGMENTATION DES FRAIS

D'après la deuxième de ses attributions, le Comité était tenu d'étudier la question des "prix qui ont été haussés au delà d'un niveau justifié par l'accroissement des frais". Au cours de son enquête, le Comité se rendit compte qu'en certains cas isolés, il était possible de distinguer les prix qui ont été haussés à des niveaux non justifiés par l'accroissement des frais.

En essayant d'établir le rapport entre les prix et les frais, il ne faut pas oublier que les frais véritables, plus un profit raisonnable, égalent un prix raisonnable. Un tel concept attrayant prête parfois à méprise. L'étude du problème des prix de ce seul point de vue fait naître une foule de questions, auxquelles il