

M. LOFTUS: Non, nous n'avons pas souffert beaucoup après qu'on eut ajouté 3 cents. Nous nous en sommes sentis après la dernière.

M. FLEMING: Monsieur Loftus ou monsieur Antliff, vous avez dit que dans le cas de *Canada Bread*, la vente de la marque Cottage à Loblaw's représente 7 pour cent de votre chiffre d'affaires total de pain. Si cette chaîne jugeait nécessaire de cesser ses achats de pain et entreprenait de fabriquer elle-même son pain, considéreriez-vous cela comme un facteur important dans vos frais?

M. LOFTUS: Oui, je dirais que ce serait terrible.

M. FLEMING: Maintenant, puis-je dire pour élucider ma prochaine question, que M. Meech, de la compagnie Loblaws, a déposé ici que s'il ne pouvait obtenir ce pain Cottage pour le vendre à 10 cents au public, ce qui n'accorde présentement qu'un cent de profit, s'il ne pouvait faire cela, sa compagnie devrait boulanger elle-même son pain.

M. LOFTUS: C'est un sujet que nous avons discuté à plusieurs reprises. Je crois ne pas me vanter en disant qu'à mon avis le service que nous lui donnons à travers le pays est d'importance fondamentale en ses affaires. Il compte beaucoup parce que nous fonctionnons en différentes villes et que nous pouvons lui donner la livraison. Je crois que c'est une des raisons pour lesquelles elle n'y a pas pensé plus sérieusement; et je pense qu'il s'y rattache une question de sentiment également; il existe quelque sympathie en affaires et je crois que ce sentiment ne manque pas entre Loblaw's et nous-mêmes.

M. FLEMING: M. Meech a laissé entendre que vous faisiez affaires ensemble depuis longtemps et qu'il n'était pas prêt à modifier de gaîté de cœur cette relation.

M. LOFTUS: Oui.

M. FLEMING: Maintenant M. Meech a dit qu'il fallait à son groupe un pain qui se vendrait à dix cents afin qu'il puisse faire concurrence.

M. LOFTUS: C'est exact.

M. FLEMING: Il voulait parler de la concurrence de l'A & P.

M. LOFTUS: C'est bien cela.

M. FLEMING: En tenant compte de cette déposition et du fait que le coût de production des deux pains — c'est-à-dire le pain de qualité et le genre secondaire comprenant la variété Cottage — n'est pas aussi important que la différence dans le prix de vente au consommateur, quelle est votre opinion sur le point suivant: si le pain à bon marché se vendait un peu plus cher, est-ce que cela influencerait sur le prix auquel vous pouvez vendre le pain qui est actuellement un peu plus coûteux?

M. LOFTUS: Je crois que dans le cas où une chaîne d'épicerie peut offrir un pain à dix cents, c'est certainement ce que j'appellerai une "vedette déficitaire", quel que soit le nom que vous lui donniez. Je ne connais pas de boulangerie au Canada qui pourrait fabriquer avec profit du pain et le vendre à 10 cents. Prenez le prix aux Etats-Unis où l'on a tenu compte du renchérissement de la farine. Je n'ai pas ici la liste mais en tant que je me souviens des derniers chiffres que j'ai vus on vendait 18 cents le pain de 20 onces dans la ville de Buffalo tandis que, juste de l'autre côté de la rivière, Loblaw's vendait 10 cent un pain d'une livre et demie.

M. JOHNSTON: Il ne s'agit pas nécessairement de la même qualité.

M. LOFTUS: Il peut exister une minime différence, il est peut-être un peu meilleur mais la différence ne saurait être considérable.

M. JOHNSTON: Quel est le meilleur pain, celui qui est vendu de ce côté-ci ou celui de l'autre côté?