

M. Howe: Quel sens donne-t-on au mot «exagérées»?

M. Quinlan: On se fonde sur les ventes. Supposons que j'achète 1,000 unités d'un produit et que mon concurrent en achète 2,000. Si la somme qui m'a été accordée pour la publicité et l'organisation de la vente est de \$25, alors, sur une base proportionnelle, mon concurrent, qui en achète deux fois plus, devrait recevoir \$50.

• 2035

M. Howe: Je crois qu'il y a une enquête en cours à Toronto à l'heure actuelle sur les halles centrales. Le *Globe and Mail* publie un article à ce sujet aujourd'hui. La cause est devant les tribunaux. D'après certains témoignages, on aurait versé des pots-de-vin.

M. Quinlan: Oui, de prétendus pots-de-vin à des particuliers.

M. Howe: C'est exact.

M. Quinlan: Oui.

M. Howe: Est-ce que cela rentre dans les «sommex exagérées accordées pour l'organisation de la vente»?

M. Quinlan: D'après les comptes rendus que j'ai vus dans les journaux, je ne le crois pas. Si je comprends bien ces comptes rendus, les personnes en cause étaient des employés de compagnies déterminées et les commissions clandestines étaient données à ces employés, non aux compagnies. Il s'agit d'une entente secrète avec l'employé, selon les comptes rendus des journaux. Tout ce que j'en sais, c'est ce que j'ai lu à ce propos dans les journaux.

M. Howe: Et finalement: «un exposé trompeur en ce qui concerne les prix».

M. Quinlan: Oui. Il s'agit de l'article 33C de notre loi, qui a été ajoutée en 1960. Voici ce qu'il dit:

Quiconque, afin de favoriser la vente ou l'emploi d'un article, fait au public un exposé essentiellement trompeur, de quelque façon que ce soit, en ce qui concerne le prix auquel ledit article ou des articles semblables ont été, sont ou seront ordinairement vendus, est coupable d'une infraction punissable sur déclaration sommaire de culpabilité.

Un cas du genre que vise cet article serait, disons, celui où le détaillant annonce son produit de la façon suivante: «Prix courant \$50; notre prix, \$29», alors que le «prix courant, \$50» n'est pas le prix ordinaire de l'article mais simplement le produit de l'imagination du détaillant; ou encore, il pourrait y

avoir sur l'article une étiquette pouvant faire croire à l'acheteur qu'il obtient un prix de solde. Ce genre de procédé serait censé constituer «un exposé trompeur en ce qui concerne le prix de l'article».

M. Howe: Que dire des emballages géants qu'on annonce comme étant la façon la plus économique d'acheter certains produits, alors que le fait est que deux petits emballages contiennent la même quantité et peuvent être achetés à meilleur compte que l'emballage géant?

M. Quinlan: Je ne crois pas que ce genre de procédé tombe sous le coup de cet article, parce que dans ce dernier cas on ne dit rien au sujet du prix ordinaire de l'article. On dit simplement que c'est la façon la plus économique d'acheter. On ne dit rien de ce qu'est le prix ordinaire.

M. Howe: «Exposé trompeur en ce qui concerne les prix:» est-ce que cela comprend la qualité et...?

M. Quinlan: Non simplement le prix.

M. Howe: Supposons qu'un article en tissu soit annoncé comme étant en laine pure...?

M. Quinlan: Non; ce cas ne relèverait pas de cette disposition.

M. Howe: Relèverait-il de votre Direction?

M. Quinlan: Non, pas de la Direction des coalitions.

M. Howe: A-t-on l'intention de le faire relever de cette direction maintenant, en ce qui concerne l'étiquetage? L'étiquetage relève-t-il de...?

M. Quinlan: Cela relève de la section de la consommation de la Direction.

M. Howe: Cela ne relève pas des Coalitions?

M. Quinlan: Pas de la Direction des coalitions, non.

M. Howe: Faites-vous enquêtes sur beaucoup de cas, à l'heure actuelle?

M. Quinlan: Sur la publicité fallacieuse au sujet des prix?

M. Howe: Oui.

M. Quinlan: Oui. J'ai consulté les chiffres avant de venir ce soir. Cet article, comme je l'ai dit, a été promulgué en 1960, et jusqu'à aujourd'hui nous avons eu environ 45 ou 46 causes devant les tribunaux.

M. Howe: Depuis 1960.