

bas que deux pains pour vingt-cinq cents deviendrait possible (page 36 du fascicule n° 12).

M. Taylor ajouta qu'au mois de septembre 1947, la Commission des prix était d'avis qu'une hausse de quatre cents constituait une majoration exagérée (page 38 du fascicule n° 12). Le coût accru de la farine s'élevait à l'époque à 2·17c. le pain et 1·96c. de cette augmentation par pain provenait de la suppression de la subvention sur la farine.

L'augmentation subséquente de 1c. le pain au mois de janvier 1948 était plus discutable. Après le 15 septembre 1947 le coût du pain avait augmenté dans la plupart des cas en raison de la formule employée et à cause de la hausse des salaires. D'autre part, le prix de la farine avait fléchi au cours de la même période. Il ressort clairement des témoignages que, dans le cas de certaines compagnies, une augmentation de la valeur marchande de leurs produits s'imposait au mois de janvier 1948, si ces dernières ne devaient pas vendre à perte. Cependant, la compagnie qui la première éleva le niveau des prix à Toronto, la *Christie's Bread Limited*, fonctionnait à l'époque sous un régime de conditions favorables (pages 8-9 du fascicule n° 21).

À Ottawa, le prix du détail du pain de boulangerie de première qualité, qui avait augmenté de 3 cents la miche au mois de septembre 1947, ne fut pas majoré par la suite.

À Toronto, la marge de détail du pain de boulangerie de première qualité varie d'un magasin à un autre et, le 1er septembre 1947, cette marge était comprise entre 2·00c. et 2·55c. le pain. Les marges en question s'étaient accrues au 24 septembre et variaient à cette époque de 2·60c. à 3·64c. le pain. Aucune explication satisfaisante n'a été donnée à cet égard. M. R. G. Meech, vice-président des *Loblaw Groceries Limited*, prétendit en guise d'explication que la compagnie ne jugeait pas toucher suffisamment pour la manutention du pain (page 28 du fascicule n° 8).

M. Meech a jugé qu'une marge de 28 p. 100 sur les ventes était raisonnable et qu'en tant que pour-cent des ventes, la marge de la compagnie à la fin de janvier était de 26 p. 100 (page 32, fascicule n° 8). Cependant, l'ensemble des profits bruts fut établi par M. Meech à 17·75 p. 100 ce qui, dit-il, " nous permet d'exploiter notre entreprise, de solder nos frais et de réaliser un faible pour-cent de bénéfice " (page 20, fascicule n° 9).

M. John M. Arnold, l'un des directeurs de la *Pickering Farms Limited*, important magasin de détail indépendant de Toronto, a fait savoir au Comité qu'en dépit de l'augmentation générale d'un cent par pain en janvier 1948, il avait maintenu son prix de vente du pain de boulangerie de première qualité à 13c. Il a dit qu'à 13c. sa marge brute, en tant que pourcentage du prix de vente, était de 15·9 p. 100. Quand on lui a demandé s'il jugeait une marge de 15·9 p. 100 juste et suffisante pour un magasin autoservice, il a répondu : " Oui, je crois foncièrement que c'est une marge juste " (page 44, fascicule n° 17).

Le 5 mars 1948, M. Jean-B. Parent, de la *Dionne Limited*, de Montréal, a informé le Comité qu'" en raison d'une réduction d'un demi-cent dans le coût de notre pain, et de la demande de votre Comité, nous avons réduit aujourd'hui de quatorze à treize cents le prix de vente de notre pain dans tous nos magasins " (page 3, fascicule n° 19). La *Dionne Limited* exploite cinq magasins auto-services et un magasin ordinaire, tous ces magasins étant situés dans la ville de Montréal (page 54, fascicule n° 17).