

ou récipient, soit convenablement informé du poids et de la mesure du contenu. Je ne m'attribue aucun mérite en ce qui concerne ce bill, et j'admets que bien des gens, beaucoup plus compétents que moi, l'ont déjà expliqué en détail.

M^{me} Plumptre, présidente nationale de l'Association des consommateurs du Canada, a déjà été présentée, en réponse à une question posée, par le ministre de la Santé nationale et du Bien-être social (M^l^{le} LaMarsh) dans les termes suivants:

M^{me} A. F. W. Plumptre, présidente nationale de l'Association des consommateurs du Canada, à Ottawa, a consacré une grande partie de son temps à la formation et aux besoins des consommateurs. Elle est, dans notre pays, la personne la plus éminente dans le domaine de la consommation et des consommateurs. Son expérience et ses connaissances seront inappréciables pour le Conseil.

M^{me} Plumptre m'a écrit une lettre le 12 mars 1964; elle y cite le texte d'une résolution adoptée à la réunion annuelle de l'Association des consommateurs du Canada en juin 1962. La voici:

Vu que le nombre des emballages mis sur le marché dont le contenu est précisé en fractions d'onces augmente sans cesse; et

Vu que les consommateurs éprouvent, en faisant leurs achats, certaines difficultés à déterminer la valeur comparative de bien des produits, à cause du poids différent des marchandises emballées;

L'Association des consommateurs du Canada exprime le vœu que le ministère du Commerce et la Direction des aliments et drogues normalisent le poids des emballages des produits alimentaires et autres marchandises pesant 4 onces ou davantage, en les emballant par unités d'un quart de livres, d'une demi-livre et d'une livre.

Monsieur l'Orateur, si l'on adoptait aujourd'hui le bill en question, et je suis sûr qu'il en serait ainsi si le ministre de la Santé nationale et du Bien-être social lui donnait son appui, il serait d'un secours précieux au Conseil consultatif des consommateurs institué par le ministre.

En ce moment, il existe une certaine protection, étant donné que les fabricants doivent énumérer tous les ingrédients qui entrent dans le produit, et fournir leur nom et leur adresse, au cas où quelqu'un désirerait leur écrire au sujet de leur marchandise. Bien des récipients portent une étiquette sur laquelle sont indiqués le poids, par exemple, 14 onces, 35 onces $\frac{3}{4}$, ou tout autre poids, selon le cas. Il faudrait qu'une personne se tienne au comptoir et fasse certains calculs mentaux, ou utilise une règle à calcul, pour comparer les quantités et les prix des différents produits.

Le truc du rabais de 10c. s'emploie à une échelle considérable. On peut aller dans n'importe quel magasin à libre service d'Ottawa et on y trouvera des flacons de café instantané munis d'étiquettes sur lesquelles on lit «dix cents de rabais», même si les fabricants n'ont aucune autorité pour proposer aux détaillants

les prix qu'ils doivent demander pour les produits. Ils ne peuvent le faire, étant donné la mesure législative que nous avons adoptée pour lutter contre les cartels. L'indication «10c. de rabais» ne signifie rien du tout. D'autre part, on trouvera des produits tels que la pâte dentifrice, renfermés dans des paquets, parmi lesquels on appellera le plus petit, format géant, le suivant, format économique, et le plus gros, format royal. Les cartons renfermant des flacons de savon laissent subsister un pouce d'air à leur sommet, de sorte qu'on n'a pas une juste idée du format de ces cartons. C'est la pratique régulière en ce qui concerne un grand nombre de marchandises empaquetées que les gens sont invités à acheter.

Monsieur l'Orateur, il y a deux ou trois mois, j'ai fait une comparaison du prix des produits dans l'un des grands magasins à libre service d'Ottawa. J'ai constaté que je pouvais acheter pour 39c. un bocal de 12 onces de beurre d'arachide homogénéisé de marque York, et pour 49c. un bocal d'une livre. Je défie toute ménagère de calculer facilement quel est le format le plus économique. Deux bocaux de 6 onces de moutarde de marque French's coûtaient 29c., et un bocal de 16 onces, 25c. Un flacon de 11 onces de liquide de sauce aux tomates Heinz coûtait 27c., un flacon de 15 onces de liquide, 35c., et un flacon de 20 onces de liquide 41c.

Encore une fois, il est presque impossible de déterminer le prix. Le saumon est un exemple réellement intéressant. Il y a le saumon rose, *Clover Leaf*, 3 $\frac{3}{4}$ onces, petit format, qui se vend 25c.; le format suivant, 7 $\frac{3}{4}$ onces, se vend 35c. et le grand format, 15 $\frac{1}{2}$ onces, 69c. Je ne vois aucune raison pour justifier cette sorte d'emballage de la part des conserveries, sauf comme moyen d'embrouiller les clients.

Le maïs en conserve se vend sous deux formats: 10 et 15 onces. Diverses marques de potages sont alignées les unes à côté des autres. Un produit se vend en récipients de 10 onces, un autre, de 10 $\frac{1}{2}$ onces, et un troisième, de 10 $\frac{3}{4}$ onces. Évidemment, il est impossible au client de calculer le prix. Il y a deux types d'aliments pour bébés placés l'un à côté de l'autre; l'un est emballé sous format de 3 $\frac{1}{2}$ onces et l'autre, de 5 $\frac{3}{4}$ onces. Il est presque impossible de comparer les prix et de décider lequel est le moins cher.

Les produits qui causent le plus de difficultés sous ce rapport sont les produits de lessive. Le *Spic and Span* se vend en trois formats, soit 1 livre et 3 $\frac{1}{2}$ onces, 2 livres et 8 onces et 4 livres et 6 $\frac{1}{2}$ onces. Le petit format de *Joy* est 12 onces et le plus grand format, 32 onces. Le produit *Dash* se vend en deux formats, l'un d'une livre et 9 onces et l'autre de 4 livres et 11 onces. Le *Surf* se vend en deux formats également, dont l'un de 2 livres et 10 onces, à 73c., sur lequel on vous dit que vous épargnez