

M. Quinlan: Quant à envisager précisément ce problème à l'heure actuelle, je vous répondrai simplement ce qu'a dit le ministre l'autre jour: Nous attendons le rapport du Conseil économique concernant son attitude générale envers la politique concurrentielle. Après quoi toute la législation en la matière fera l'objet d'un examen très approfondi.

Un certain nombre de problèmes se posent et celui-ci sera probablement du nombre. Je remarque qu'il était question dans les journaux de ce matin que l'entreprise *Fine Paper* en soulevait un au sujet des taux de rationalisation.

M. Otto: Merci.

Le président: Merci M. Quinlan. M. Howe?

M. Howe: Monsieur le président, dans l'un des documents qui nous ont été remis à titre d'information générale à propos des directions et de leurs fonctions, il y a certains mots ou expressions relatifs à la direction des enquêtes et des recherches qui induisent quelque peu en erreur. Il est dit notamment que le directeur applique aussi la disposition de la loi contre la « disparité en matière de prix »?

M. Quinlan, pourriez-vous nous citer quelques cas précis de disparité de prix?

M. Quinlan: Oui. De fait, la loi stipule en matière de disparité de prix que si des concurrents achètent des denrées en quantité égale et de qualité égale ces denrées doivent se vendre aux mêmes prix.

Cela n'empêche pas cependant la fixation d'une échelle de rabais en fonction de la quantité, pour 5,000 unités le rabais est de 1 p. 100; pour 10,000 de 2 p. 100; pour 30,000 unités 3 p. 100; et on peut continuer ainsi tant que les rabais sont disponibles aux acheteurs concurrents. Ils ne sont peut-être pas en mesure d'acheter de pareilles quantités mais d'après la loi cela leur est possible tant que les rabais existent.

Il y aurait disparité de prix si vous et moi, acquéreurs concurrentiels, achetions tous les deux en quantité de plusieurs mille et que je touche 1 p. 100 et vous rien.

M. Howe: Autrement dit, ce que l'on entend au sujet des vendeurs de voitures est vrai: ceux qui en vendent une centaine peuvent obtenir un certain rabais ou une prime à la fin de l'année?

M. Quinlan: Un rabais sur la quantité comme ils l'appellent.

M. Howe: Oui. A votre avis, est-ce une pratique justifiée?

M. Quinlan: On ne peut pas trouver à redire à mon avis à la fixation d'une échelle de rabais destinée à stimuler les ventes. Il serait extrêmement difficile—de fait d'autres administrations ont essayé et se sont heurtées à de véritables problèmes—d'exiger d'une personne qu'elle justifie ses rabais d'après le coût. Vouloir appliquer cette méthode c'est s'attirer réellement une foule d'ennuis car franchement on peut faire dire aux chiffres ce que l'on veut selon le parti que l'on défend.

M. Howe: Il est entendu que dans certains cas, les fabricants eux-mêmes dirigent les organismes. Est-il toujours vrai que ce genre d'organisme obtiendra la prime spéciale?

M. Quinlan: Voici ce qu'il en est: si les marchands se font la concurrence, alors ils ont droit aux mêmes rabais. Dans les cas de non-concurrence, il pourrait y avoir une disparité de traitement en matière de prix.

Si le fabricant est propriétaire de l'organisme, si elle n'est pas une entité séparée mais qu'elle appartienne à la compagnie et en fasse partie, la question des rabais ne se poserait pas, car il n'y a ni vente ni revente.

M. Howe: Avez-vous connaissance de plusieurs cas de ce genre?

M. Quinlan: Non, au pied levé je ne me souviens pas que nous ayons reçu des plaintes dans le cas où le fabricant a ses propres débouchés. Je connais des cas où les fabricants ne sont pas propriétaires de magasins de détail et vendent par leur intermédiaire.

M. Howe: On lit ensuite dans cette phrase: « allocations exagérées de réclame. »

M. Quinlan: Oui. Il s'agit des indemnités accordées pour lancer le produit. Il ne s'agit pas d'un rabais sur la vente. L'allocation pour la réclame collective en est un bon exemple. Autrement dit, le fabricant fournira \$20 pour chaque achat de \$500 à la réclame en coopération du produit. Vous pouvez voir ce genre de réclame présentée de façons diverses dans les journaux. Parfois ce sera une grande réclame nationale et un certain nombre de marchands de la région y participent en faisant par exemple apparaître leurs noms au bas de la réclame. Ils y participent peut-être en proportion de leurs ventes. Mais une indemnité de réclame n'est pas un rabais sur la vente; c'est une façon d'intensifier la vente du produit et on peut s'y prendre de diverses façons.