

Le secrétaire parlementaire m'a alors dit qu'en raison de la guerre des prix entre les supermarchés l'automne dernier, les prix étaient tellement bas, qu'à peine avaient-ils pu subsister et agir comme je l'ai signalé. Il n'a pas soufflé mot de la prédiction de George Weston qui a affirmé que 1972 serait une année sans précédent pour les ventes et les profits. S'ils montent encore davantage, le secrétaire parlementaire pourra peut-être dépister certains profits qu'il jugera disproportionnés. Il ne s'oppose pas aux bénéfiques, a-t-il dit, pourvu que ces bénéfiques soient raisonnables. Raisonnable par rapport à quoi? Voilà ce que j'aimerais lui demander.

Du point de vue du consommateur, ces guerres entre les supermarchés sont des guerres truquées. Elles se résument à des guerres entre de puissants concurrents sur le marché. Le consommateur est l'enjeu de la bataille et les pertes de son côté deviennent sans cesse plus nombreuses et plus graves, alors que le gouvernement ne fait rien et refuse de s'enquérir de leur raison.

J'ai fait mention l'autre jour d'une étude effectuée récemment par un professeur adjoint d'économie politique à l'Université Simon Fraser, M. Gary Rush, avec le concours de quelques étudiants. Ils ont constaté qu'un petit nombre d'importantes chaînes de magasins d'alimentation, y compris celles dont j'ai mentionné tantôt les bénéfiques, contrôlent toute l'industrie de l'épicerie ayant parfois mainmise sur un produit depuis la ferme jusqu'au magasin. Elles sont dans l'agrinégoce tout autant que dans l'épicerie. Elles dépouillent le cultivateur tout comme elles trichent le consommateur quant à la valeur de son dollar. Ils sont passés maîtres dans l'art de camoufler leur véritable calcul de prix. Derrière la façade de prix de concurrence et avec le contrôle du marché dans les mains de quelques sociétés géantes, les magasins à succursales indépendants se sentent tellement intimidés qu'ils n'osent pas risquer des profits aux dépens d'une concurrence réelle. Certains supermarchés d'alimentation tiennent le consommateur à la gorge et des guerres truquées sont menées pour décider du survivant parmi eux. Mais ils s'attaquent tous au consommateur.

De crainte que le gouvernement ne soit porté à rejeter comme absurdité dialectique l'étude menée à l'Université Simon Fraser, j'aimerais parler d'un autre rapport. En 1966, un comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes avait été chargé d'étudier les achats à crédit. Ce comité s'est plus tard arrêté aux prix et au coût de la vie. Je faisais alors partie de ce comité. Le 25 avril 1967, après des mois d'audiences et de délibérations—avant que le gouvernement n'hésite à faire comparaître des témoins devant les comités, comme c'est le cas aujourd'hui—le comité avait déposé son rapport sur les prix et le coût de la vie. Voici la conclusion:

Le Comité a découvert des preuves claires que le marché est, dans une grande mesure, contrôlé par certaines sphères d'influence. Ce point a été révélé au public à la suite de questions posées par le Comité et qui ont mis en lumière, en particulier, ce qu'on a appelé l'empire Weston.

Cette révélation a été étonnante pour tous et l'énormité des entreprises Weston a surpris les blasés eux-mêmes. Il faudra un certain temps pour en évaluer les répercussions profondes futures. L'empire Weston a pour la première fois mis à jour que des intérêts gigantesques régissent les denrées alimentaires et d'autres aspects de l'économie dans ce domaine; des enquêtes plus poussées seront nécessaires pour dévoiler toute la portée de cette révélation et, à cette fin, des renseignements plus précis seront essentiels.

L'industrie des détergents et du savon serait, d'après les témoignages apportés, contrôlée par trois géants qui, à eux seuls, régiraient de 85 à 90 p. 100 du chiffre d'affaires total.

[M^{me} MacInnis.]

Nous en connaissons tous les noms—Lever Brothers, Colgate-Palmolive et Proctor and Gamble.

Les cinq grands magasins à chaîne incorporés et les magasins à chaîne libres tiennent sous leur coupe plus de 75 p. 100 des épiceries dans les centres urbains et ce pourcentage va en augmentant.

Dans un secteur de la préparation des denrées alimentaires, une société domine à elle seule 100 p. 100 du marché des Maritimes et de l'Ouest canadien . . .

En passant, le coût actuel de la vie a augmenté de 9 p. 100 dans les Maritimes, comparativement au coût de la vie à Winnipeg, et ce peut en être l'explication. Pour en revenir au rapport du comité:

. . . une société domine à elle seule 100 p. 100 du marché des Maritimes et de l'Ouest canadien et au moins 80 p. 100 du marché de l'Ontario et du Québec.

• (1540)

La domination exercée sur certains secteurs de l'économie canadienne par un petit nombre de sociétés industrielles importantes est indéniable et pose la question: «L'intérêt public y trouve-t-il son compte?» Le comité estime qu'il est nécessaire d'étudier à fond tout ce qu'implique cette question.

Dans ce but, le comité recommande qu'une évaluation complète des structures de l'industrie alimentaire soit faite si l'on veut mettre à découvert toute tendance monopolisatrice qui pourrait exister, établir si la domination d'un ou de plusieurs groupes sur le marché est assez puissante pour mettre en péril l'action de concurrents et décider s'il existe ou non des barrières infranchissables à un libre accès au marché.

Voici la recommandation:

Que le comité mixte sur le crédit au consommateur et le coût de la vie poursuive son enquête sur la concentration du pouvoir dans l'industrie alimentaire.

Ce rapport remonte au 25 avril 1967. Cinq années se sont écoulées pendant lesquelles nous avons progressé davantage vers le monopole. Outre tous les autres magasins à succursales dont il est fait mention, des géants sont apparus, encore plus grands qu'auparavant, avec de plus en plus d'annexes. Ils ne se contentent plus de s'occuper de denrées alimentaires et produits connexes. Ils jettent maintenant leur dévolu sur tous les secteurs du commerce canadien, sur chaque domaine où le consommateur peut trouver de quoi subvenir à ses besoins, c'est-à-dire des aliments, des vêtements, et autres nécessités. L'agriculteur est aussi touché que le citoyen. Les personnes qui vivent dans les districts ruraux sont également sous la coupe des grands magasins.

À la lumière de ces révélations, qui remontent à cinq ans, le Nouveau parti démocratique propose aujourd'hui cette motion. Cependant, permettez-moi de revenir un instant à l'étude faite à Simon Fraser et que l'on appelle le «Grocery Store Storybook». L'étude déclare au sujet des principaux magasins alimentaires:

La structure des prix, élément le plus important pour le consommateur, est cachée professionnellement derrière une façade de prix compétitifs. Les principaux grands magasins alimentaires cachent la nature réelle de leurs opérations derrière une commercialisation tapageuse dont le but est de convaincre le consommateur que ces produits sont vendus à des prix concurrentiels . . .

Plutôt que de suivre l'évolution des prix, ces sociétés géantes établissent elles-mêmes des prix, et chaque succursale a son rôle à jouer pour maintenir des prix artificiels. À l'exception de différences secondaires (telles que certains articles vendus à perte, dont le prix est délibérément fixé à un niveau bas pour attirer le client), les prix, pour des articles semblables, varient peu d'un grand magasin à l'autre. Il s'ensuit que le marché est entièrement aux mains des grands magasins. L'industrie fait tout son possible pour que le public ne soit pas au courant de sa méthode de vente, qui est pourtant réelle et fondamentale.