

Dénrées alimentaires—Comité

culteurs du pays n'ont aucune dette à leur égard. Si ce comité a besoin d'aide professionnelle, que celle-ci ne provienne pas des rangs dispersés des vaincus car on n'y trouve que les battus et les découragés, alors que nos consommateurs ont besoin de l'aide d'hommes et de femmes compréhensifs, sympathiques et dévoués à la cause des désespérés. Accordons à ce comité l'intégrité qu'il mérite. Qu'il ne devienne pas l'instrument des tire-au-flanc politiques.

M. John Gilbert (Broadview): Monsieur l'Orateur, le député d'Okanagan Boundary (M. Whittaker), qui vient de prendre la parole, m'a porté à faire quelques remarques au sujet de la motion déposée dont est saisie la Chambre. Nous du Nouveau parti démocrate appuyons la motion voulant qu'un comité spécial soit créé afin d'examiner les prix alimentaires ainsi que leurs tendances et de faire des recommandations à la Chambre.

J'ai remarqué dans le discours du ministre de la Consommation et des Corporations (M. Gray) qu'il consentait à regret à la création de ce comité. Ses remarques furent brèves et peu stimulantes. Il semble accepter à contre-cœur cette proposition visant à créer un comité des produits alimentaires. Il se souvient peut-être de l'expérience du gouvernement en 1966-67, lorsqu'un comité semblable avait été créé pour enquêter sur les prix alimentaires. Le seul résultat remarquable de ce comité a été la création du ministère de la Consommation et des Corporations. C'était sans doute un résultat très valable mais, quand il s'est agi de prendre des mesures afin de contrôler l'augmentation des prix, le gouvernement n'a pas fait grand-chose.

La motion se limite à la question des prix des denrées alimentaires. Un grand nombre de députés voudraient qu'elle s'attache aussi au coût du logement et aux taux d'intérêt élevés. L'attitude du parti progressiste conservateur a été des plus décevantes. Ils semblent dire: nous nous fichons du public, nous voulons le pouvoir.

Des voix: Oh oh!

M. Gilbert: Leurs discours contiennent une critique destructive plutôt que constructive. Lorsque je regarde les trois dernières rangées des sièges conservateurs, j'en conclus que ceux de la première rangée les ont peut-être déçus lorsqu'ils ont proposé des solutions au problème.

Le coût élevé de la vie a été l'une des questions vitales lors de la récente campagne électorale. Tout député qui a fait la campagne en est venu aux prises avec la question du coût élevé de la vie. Il a probablement entendu de nombreuses critiques de la part des ménagères au sujet de leurs expériences dans les magasins à succursales. Elles nous ont dit que lorsqu'elles allaient dans l'un de ces magasins pour acheter certains produits, elles trouvaient trois ou quatre étiquettes sur les produits, indiquant un changement de prix. La première étiquette indiquait 49 c. Lorsqu'elles l'ôtaient, elles trouvaient une étiquette de 39 c. Et lorsqu'elles ôtaient celle-ci elles en trouvaient une autre indiquant 29 c. Cette façon de procéder dans les magasins d'alimentation et dans les magasins à succursales irrite et préoccupe les ménagères. Lorsqu'on s'en est pris aux magasins à succursales la première fois en 1966-1967, ils ont essayé de se montrer raisonnables. Les prix ont baissé immédiatement. Après un mois ou deux, ils ont repris leur vieille habitude de hausser les prix. Les prix ont augmenté graduellement et aujourd'hui la plupart des Canadiens les trouvent presque inabordables.

[M. Whittaker.]

On a vu lors de la récente campagne électorale que les gagne-petit et les gens à revenu fixe étaient ceux qui étaient les plus accablés par les prix des denrées alimentaires que nous sommes maintenant obligés de payer. Il serait très facile d'en rendre les cultivateurs responsables. Je suis heureux de ce que les discours jusqu'ici aient laissé entendre que les cultivateurs ne sont aucunement responsables de la hausse des prix que nous connaissons. Des études faites en 1949 indiquaient que les cultivateurs recevaient alors 49 cents du dollar dépensé pour les aliments. En 1972, ils recevaient 38 cents. Il faut en conclure que la hausse des prix les touche eux aussi.

Durant la campagne électorale, les membres du Nouveau parti démocratique ont déclaré que deux mesures devraient être adoptées. Tout d'abord, une commission de révision des prix devrait être établie pour étudier les prix des divers produits. Grâce à la persuasion et aux recommandations du gouvernement, nous espérons que les prix baisseront. Si les magasins à succursales multiples assument leurs responsabilités collectives et sociales, il y aura un fléchissement des prix. Deuxièmement, il faudrait entamer immédiatement une enquête sur les prix alimentaires. Il faudrait non seulement établir une commission de révision des prix, mais étudier aussi les tendances qui se sont manifestées et plus particulièrement les magasins à succursales multiples.

Dans la dernière étude effectuée en 1966-1967, on s'est rendu compte que les magasins à succursales multiples avaient recours à des méthodes très astucieuses pour établir des sociétés qui correspondaient presque à un imbroglio commercial et servant dans de nombreux cas à se soustraire au fisc. Lorsqu'on étudie l'organisation commerciale des divers magasins à succursales multiples, on comprend qu'elle s'inscrit dans un plan astucieux pour se dérober au fisc et que ces magasins ont réussi à persuader la population et à les convertir à leur façon de voir.

• (2030)

Le député d'Okanagan Boundary a attribué au consommateur la responsabilité du genre d'emballage que nous voyons maintenant dans les magasins. Peut-on blâmer la ménagère moyenne de ce qu'il existe trois ou quatre formats différents pour différentes marques de savon, trois ou quatre grosseurs différentes de boîtes de céréales, trois ou quatre formats différents pour les dentifrices et autant pour le café?

Des voix: Certainement.

M. Gilbert: La ménagère moyenne va au magasin et doit vérifier le nombre d'onces dans un emballage relativement au prix et calculer alors ce qui revient le moins cher.

Une voix: Il n'y a probablement pas de différence.

M. Gilbert: Si on pouvait uniformiser les emballages et faire indiquer le prix à l'once, cela serait très utile pour la ménagère. Nous sommes tous au courant des techniques et trucs publicitaires des chaînes de magasins. Les députés ne sont pas sans savoir que les magasins Dominion annoncent que c'est surtout à cause des viandes. D'autres chaînes de magasins soutiennent qu'elles ont une politique d'escomptes en profondeur. Tous les mercredis et jeudis, les journaux sont remplis d'annonces tendant à persuader l'innocente ménagère de se rendre au magasin pour profiter de ces importantes remises, alors qu'en réalité, la majorité de ces prix sont fixés ou pré-établis par la compagnie avant même qu'on ne les affiche, et ils n'ont