

organismes de recherches, de neuf usines de montage fabricant neuf assortiments de machines construites à des fins identiques, de neuf campagnes de publicité destinées à pousser la vente et de neuf réseaux de concessionnaires.

L'opposé de cette situation serait que, s'il n'y avait qu'une seule entreprise qui annonce ou vend des machines, les prix baisseraient, selon nous. Est-ce cela que vous voulez dire?

M. NOLLET: Pas nécessairement un organisme de fabrication; mais nous croyons qu'il y a une duplication inutile et que chacune de ces sociétés a un concessionnaire attitré et divers contrats liant les concessionnaires aux sociétés; si du moins un seul agent pouvait vendre plusieurs espèces de machines...

M. KORCHINSKI: Combien lui permettriez-vous de vendre?

M. NOLLET: Autant qu'il désire.

M. KORCHINSKI: Vous en avez neuf ici.

M. NOLLET: Nous avons neuf sociétés. Quand vous traversez les villes de la Saskatchewan, vous y voyez neuf maisons de vente de machines et chacune d'entre elles offre des produits différents. Les concessionnaires sont assujettis à ces restrictions. Mais le marché est inexistant; aussi ne peut-il pas assurer le service approprié ou garder un stock satisfaisant de pièces de rechange.

Nous croyons que vous pourriez étudier attentivement la possibilité d'établir une agence qui vendrait plusieurs marques de machines dans une région donnée. Nous pourrions aussi créer des entrepôts régionaux de pièces de rechange.

M. KORCHINSKI: Lorsque je vais acheter une machine, je m'adresse à plusieurs vendeurs et j'achète la machine qu'on me dit être la plus économique. Si j'ai affaire à neuf concessionnaires, la concurrence jouera dans le sens de la baisse des prix. Par contre, s'il n'y a qu'un agent, je suis obligé d'acheter chez lui et de payer le prix qu'il me demandera.

Des VOIX: Très bien!

M. NOLLET: C'est une arme à deux tranchants. Vous vous présentez chez un petit vendeur, qui subit la concurrence d'une grosse maison. Ce puissant concessionnaire peut vous accorder un plus fort montant pour les reprises et vous permettre de faire un meilleur marché. Le petit concessionnaire essaie de le concurrencer et, ce faisant, il perd toute sa commission; mais en réalité, peu importe où l'on achète, le pourcentage de bénéfice est toujours le même. C'est le concessionnaire qui encaisse les coups et nul autre. Il abandonne son bénéfice, lorsqu'il vous permet de faire une bonne affaire aux dépens d'un autre. Voilà le problème. Alors il reste avec un difficile problème financier. Il ne peut pas assurer un genre de service approprié à l'entretien de la machinerie.

M. KORCHINSKI: Si vous avez un monopole grâce à un programme de nationalisation tel que celui que vous suggérez, le concessionnaire à ce moment-là ne peut pas prendre de décision et il devient impersonnel. Je connais de nombreux concessionnaires qui vont m'offrir une bonne affaire. L'un va sacrifier \$25 afin de conclure un marché avec moi, parce qu'il estime que je suis quelqu'un dans la collectivité. Si vous nationalisez le commerce, cette personne ne se préoccupera pas de savoir qui je suis.

M. NOLLET: Je n'ai pas laissé entendre que la nationalisation de la distribution était souhaitable. Ce n'est pas nécessaire. Nous songeons surtout à la fabrication.

M. HORNER (*Acadia*): Vous avez parlé d'une nationalisation intégrale dans le mémoire.

M. NOLLET: La distribution coopérative est un choix à prendre.