

des prix relevés dans un magasin donné de sa localité le plus souvent un supermarché. Cette étude embrassait Charlottetown, Edmonton, Halifax, Hamilton, Montréal, Moose Jaw, Nanaïmo, Ottawa, Québec, Saint-Jean (T.-N.), Toronto, Vancouver et Winnipeg.

Les acheteuses ne remplirent pas leur panier, ce qui aurait été la meilleure façon d'établir le montant dépensé en alimentation par une famille, de sorte qu'il n'a pas été possible de déterminer le montant supplémentaire dépensé par une famille durant les fêtes de fin d'année. Toutefois, on releva le prix d'un grand nombre d'articles de consommation courante comme les bananes, le pain, les hamburgers, les côtelettes de porc, les œufs, la margarine, le beurre, le jus de tomate, et le sucre, ainsi que les canneberges, la dinde et les noix de Grenoble qu'on achète plus particulièrement à cette époque. Furent aussi étudiés des produits de marque et des produits ordinaires.

En tout, 71 magasins ont été l'objet d'une étude, mais dans quelques cas il n'a pas été possible de visiter tous les magasins d'une localité donnée. De plus, les magasins n'offraient pas tous une large gamme de produits, en particulier, les produits de marque d'un format donné. L'étude comporte donc certaines lacunes et il n'a pas été possible d'établir une comparaison pour chaque article.

A l'issue de l'étude, les résultats ont été transmis à Ottawa et confiés à *L'International Business Machines Co. Ltd.* pour analyse. Les données furent traitées par un cerveau électronique, c'est ainsi qu'on a pu classer les résultats. Pour ne pas noyer les spécialistes sous des flots de statistiques, nous avons pensé qu'il serait plus simple d'établir une comparaison entre le coût d'un panier de produits alimentaires acheté dans le même magasin à diverses périodes. Bien entendu, le coût de ce panier variait d'un magasin à l'autre. On a donc évalué ces variations sous forme de pourcentages et les comparaisons ont été étalées comme il suit.

Étude n° 1 et étude n° 2 (16 novembre—1<sup>er</sup> décembre)

Étude n° 2 et étude n° 3 (1<sup>er</sup> décembre—12 décembre)

Étude n° 3 et étude n° 4 (12 décembre—23 décembre)

Étude n° 4 et étude n° 5 (23 décembre—13 janvier)

L'examen des résultats n'ont indiqué aucune tendance à l'augmentation des prix durant les fêtes de Noël en 1966. Le fait est qu'entre le 12 et le 23 décembre, un grand nombre de magasins avaient diminué leurs prix. L'étude ne permettait pas d'évaluer exactement la tenue des prix, mais la majorité des magasins visés ont enregistré des baisses pour certains produits faisant l'objet de cette étude et ce, à compter du 1<sup>er</sup> décembre. C'est pourquoi, le Comité en est venu à la conclusion qu'il y avait eu une tendance à la baisse pour certains produits durant les fêtes de Noël.

## 12. Les timbres-primés et les questions connexes

Conformément aux conclusions du rapport provisoire, le Comité a entrepris d'étudier davantage le rapport entre les timbres-primés et les prix des produits alimentaires. Des représentants de l'Association des compagnies de timbres-primés sont venus témoigner devant le Comité et l'on a procédé au réexamen d'un grand nombre d'études portant sur ce sujet. D'après ces études, aucun de ces cas ne s'appliquant vraiment au Canada, les prix étaient normalement plus élevés dans les magasins qui distribuaient des timbres-primés que dans ceux qui ne suivaient pas cette politique. Néanmoins, les différences étaient minimes. Il est indéniable que beaucoup de consommateurs apprécient les timbres-primés, mais il est aussi exact que l'aspect concurrentiel que représentait l'introduction des timbres tend à ne plus s'appliquer au fur et à mesure que ces timbres connaissent une large diffusion. Le Comité a remarqué que tout dernièrement on