

contenir efficacement les prix. Ils ont pleinement consenti à appuyer le programme.

Grâce à ses réunions, nous avons pu établir un système de rapports mensuels qui permet aux magasins que nous avons énumérés ci-dessus de fournir à la Commission des renseignements détaillés sur les marges de prix. Cette collaboration va au-delà des engagements consentis lors de la Conférence nationale sur la stabilité des prix, qui a ensuite été sanctionnée par les premiers ministres des provinces.

La déclaration qui a clôturé cette Conférence précisait, en ce qui concerne le commerce de gros et de détail:

"Le secteur des marchandises générales des entreprises de gros et de détail s'engagerait, dans ses politiques de détermination des prix en 1970, à ne pas accroître les majorations initiales de diverses catégories de marchandises à moins que le profit réalisé par dollar de vente ne fléchisse au-dessous de celui de la période de base. En pareil cas, la hausse des majorations initiales serait seulement suffisante pour rétablir le niveau de rendement à celui de la période de base.

"Le secteur des détaillants en épicerie, dans la détermination de sa politique de prix au cours de 1970, s'engagerait à ne pas accroître les majorations initiales à moins que le profit réalisé par dollar de vente, calculé d'après les volumes de vente de l'ensemble de leurs opérations, ne baisse au-dessous de celui de la période de base. En pareil cas, la hausse des majorations serait seulement suffisante pour rétablir le niveau de rendement à celui de la période de base."

SURVEILLANCE EFFICACE

Pour plus d'efficacité, la Commission a demandé aux supermarchés, aux magasins de variétés, aux magasins de vente à rabais et aux magasins à rayons de lui fournir des renseignements depuis le début de 1969 et pour chaque mois de 1970. Elle fait maintenant l'analyse de cette information tous les mois et, si elle constate que les majorations initiales excèdent celles de 1969, elle prie la compagnie en cause de réduire cette marge, c'est-à-dire son profit brut, après avoir considéré les accroissements de dépenses justifiées survenus depuis 1969. Des exemples de surcroît de dépenses qui se retrouvent dans toute l'industrie sont ceux de la main-d'oeuvre et des salaires, du coût des emprunts pour financer l'expansion, des frais de transport et de distribution.

Un motif évident d'augmentation du prix d'un produit est celui d'une hausse du prix que le fabricant ou le conditionneur impose au magasin.

Les supermarchés, les magasins à rayons, les magasins à rabais et les magasins de variétés fourniront à la Commission, sur demande, des renseignements plus détaillés sur le prix de tout produit particulier qu'elle voudrait examiner de plus près. Elle est parvenue à ce résultat en établissant, dans tout le commerce de détail du Canada, un réseau de con-

tacts qui lui permet de trouver immédiatement la raison de l'augmentation d'un produit en particulier.

La Commission peut ensuite retracer la hausse depuis le fabricant ou le conditionneur afin de s'assurer qu'elle reste conforme aux critères établis à l'intention de fabricants. Elle peut, en outre, effectuer une vérification immédiate auprès des supermarchés, des magasins à rayons, des magasins à rabais et des magasins de variétés de tout le Canada et vérifier s'ils n'augmentent pas leurs marges bénéficiaires ou leur profit brut au-delà de ces lignes de démarcation reconnues.

Grâce au régime de surveillance du commerce de détail, certaines augmentations de prix ont été contremandées mais, ce qui est encore plus important, les manufacturiers, les conditionneurs, les supermarchés, les magasins à rayons, les magasins de vente à rabais et les magasins de variétés sont bien plus conscients que toute hausse de prix qu'ils veulent reporter sur les consommateurs doit rester clairement en dedans des normes relatives à leur propre secteur de l'industrie.

EFFETS BÉNÉFIQUES

Si la Commission des prix et des revenus ne peut évidemment s'arroger le mérite de la baisse de l'indice des prix à la consommation en mai, son activité aide énormément à freiner les prix et les marges de profit. Elle sait que de nombreuses compagnies canadiennes absorbent au moins une partie des augmentations de coûts afin de s'en tenir aux critères et de comprimer les hausses de prix. Elle en relève des exemples dans les industries de denrées alimentaires, de même que dans un certain nombre d'autres domaines comme le lait, les articles de voyage, les teintures, les cuisinières, les machines à laver, les contenants de verre, certains produits chimiques et produits de l'acier, le cuivre, l'aluminium, les plastiques et l'entreposage frigorifique. Même le prix des cartes marines publiées par le Gouvernement fédéral a été ramené de deux à un dollar conformément au programme de compression des prix.

La Commission a reçu bien des communications au sujet des prix de denrées spécifiques. Elle a approfondi chaque cas quand il lui a semblé qu'il y avait eu augmentation du prix d'un produit qui est normalement considéré comme essentiel.

Un large éventail de produits, entre autres le pain, le lait, les aliments conditionnés, les huiles comestibles, les pneus de caoutchouc, le ciment, les contenants de fer-blanc, les billets d'avion, le tarif marchandises, le cuivre, les coûts de la construction, le café, les lames de rasoir, les papiers fins, les services de photocopie et les essences pour avion font présentement l'objet de révisions approfondies. Des révisions poussées ont déjà été effectuées et publiées dans le cas des produits de l'acier, y compris les contenants de fer-blanc et de verre. Depuis le 1er mars dernier, environ 40 autres examens plus ou moins complexes ont également été achevés.