

L'hon. R. WEIR: Je ne me propose pas de traiter bien longuement le sujet à l'occasion de la deuxième lecture; l'examen du bill en comité m'amènera sans doute à présenter toutes les observations pertinentes. Un bref exposé des méthodes de vente des produits naturels au Canada, depuis les débuts jusqu'à ce jour, me paraît toutefois de mise et de nature à motiver le dépôt de cette mesure dont l'objet est de remédier à la situation actuelle qui nous semble préjudiciable au producteur.

M. POULIOT: Puis-je poser une question? Le ministre aura-t-il l'obligeance de dire à la Chambre si le bill sera renvoyé au comité général de la Chambre ou au comité de l'agriculture?

L'hon. R. WEIR: La plupart des honorables membres de cette Chambre se souviennent probablement des diverses méthodes de vente pratiquées par l'agriculteur avant l'expansion des centres urbains. La vente se faisait alors en grande partie du producteur au consommateur directement. Ainsi, quand le cultivateur abattait ses animaux, ses porcs par exemple, il les livrait lui-même au consommateur, et l'on peut dire qu'alors seulement grand nombre de producteurs bénéficiaient entièrement du prix de consommation. En ce temps-là aussi, le producteur comprenait, mieux peut-être qu'il ne l'a jamais compris depuis, l'importance de la qualité appréciée du consommateur. L'expansion des centres urbains et l'accroissement des distances ont amené un changement dans les méthodes de commerce des produits naturels à l'état brut ou semi-préparés. La spécialisation dans la vente devint nécessaire.

Pour abrégé l'histoire, voici quelle est actuellement la situation. Le producteur est établi sur la terre, dans la forêt ou sur la mer, partout où il obtient ses produits. Puis, nous avons des agents qui réunissent ces produits en les recueillant chez le producteur en quantités moindres que des chargements de wagons, ou en petites quantités. Ces agents réunissent les produits dans des centres où on les groupe de nouveau. Les produits sont ensuite transportés chez le marchand de gros ou, dans certains cas, chez le manufacturier ou l'industriel, qui sont aussi des marchands de gros. De là, le produit passe aux mains des courtiers qui, eux, le font parvenir aux marchands de gros, qui font la distribution de ce produit-là particulièrement. Du marchand de gros le produit va chez le marchand de détail, puis enfin chez le consommateur. D'une part, dans la plupart des cas, la réunion se fait à un point central puis ensuite la distribution. Tout cela donne lieu à plusieurs frais qu'il est impossible

[Des Membres.]

d'éliminer. Tout d'abord, il y a le rassemblement; deuxièmement, le coût du transport; puis le coût de l'emmagasinage, le coût du financement, de l'assurance et aussi le profit de ceux qui manutentionnent le produit à ces diverses phases de la distribution. On trouve les mêmes frais dans le mouvement du produit du manufacturier, ou du centre de distribution, au consommateur. Nous avons encore ici les frais d'expédition, le coût de l'assurance et les frais d'emmagasinage ou de l'entreposage des marchandises avant qu'elles soient livrées au consommateur.

Les consommateurs eux-mêmes font plusieurs demandes. Ils désirent que les produits leur soient livrés en petites quantités. Ainsi, ils veulent obtenir les flocons de maïs, l'avoine roulée et les conserves en boîtes en petites quantités. Ils ont aussi exigé que ces produits soient distribués rapidement, moins d'une demi-heure ou d'une heure après la réception de la commande au magasin. Par suite de ces nombreuses demandes d'une civilisation supérieure, et aussi à cause de plus haut niveau de vie, l'écart a toujours augmenté entre ce que le producteur reçoit et ce que le consommateur paie en retour de ce produit. Si nous pouvons réduire au minimum le coût de distribution ou cet écart qui existe entre le prix que paie le consommateur et celui que reçoit le producteur, sans nuire d'aucune manière à l'organisation nécessaire pour atteindre ce but, nous aurons fait tout ce qu'il est humainement possible de faire pour résoudre le problème de la distribution. Lorsqu'un distributeur se rend compte que ses succès ou que ses profits doivent se produire dans un certain champ d'action ou dans certaines limites, il mesurera son labeur à la quantité de produits qu'il pourra distribuer et aussi à la manière la plus pratique et la plus avantageuse dont il pourra le faire. En conséquence, je dis que, si nous pouvons arriver à cet état de choses, nous aurons fait un grand pas dans la voie de la solution du problème qu'un grand nombre des membres de la Chambre tiennent pour l'un des plus importants à l'heure actuelle, celui de la distribution, ou plutôt de la production.

Je ne suis pas de ceux qui croient que l'écart entre le prix que reçoit le producteur et celui que paie le consommateur est dû seulement au profit ou aux frais du commerce. Je crois qu'à titre de producteurs nous sommes, dans une large mesure, la cause de cet écart. Si le commerce coopératif et toutes les autres formes de commerce organisé étaient assurés de recevoir une certaine quantité de marchandises d'un volume uniforme, cela ferait disparaître une forte proportion des dépenses que com-