

M. FLEMING: Je me demande si vous ne pourriez pas vous étendre sur la situation à Montréal. Vous nous dites que vous n'êtes là que depuis quelque temps. Vous avez réduit votre prix, nous a-t-on dit, d'un cent le pain, votre prix aux détaillants, au cours des derniers jours, au cours, je crois, de la semaine dernière. J'aimerais connaître en détail les raisons qui vous ont fait agir ainsi, et aussi en quoi la concurrence diffère-t-elle à Montréal, si elle diffère, de celle de Toronto.

M. WILSON: Je l'ai expliqué hier, en abordant le marché de Montréal, ou avant même de le faire, nous avons étudié les prix aussi exactement que possible, et nous nous servions aussi de l'expérience que nous avons acquise à Toronto dans le passé pour nous aider, c'est-à-dire de notre propre exploitation. Nous avons découvert chez nous que le public consommateur exigeait le pain tranché en dépit du fait qu'il le payait 15c. au lieu de 14, et, selon le registre de nos ventes, il semblait qu'il y aurait intérêt pour nous, toutes choses considérées aux fins de l'enquête, de commencer à vendre le pain 12c. à Montréal. J'entends pour les deux catégories. Dans notre estimation, le niveau au consommateur allait être de 14c.

M. FLEMING: Parlez-vous maintenant du pain non tranché?

M. WILSON: Des deux, tranché ou non.

M. FLEMING: Vous allez les vendre tous les deux au même prix?

M. WILSON: Justement. Nous avons appris d'expérience certaines leçons du point de vue des ventes. Samedi dernier, par exemple, nous avons vendu à Montréal 9,600 pains tranchés et 1,000 pains non tranchés, et là où nous nous établissons, le public consommateur veut évidemment, de plus en plus, le pain tranché.

M. FLEMING: À Montréal?

M. WILSON: Et à Toronto, et partout où nous faisons le commerce.

M. FLEMING: Veuillez donc préciser davantage et me dire quel rapport ceci peut avoir avec la réduction de prix que vous avez introduite à Montréal. Vous n'avez pas fait cette réduction à Toronto. Pouvez-vous nous dire comment le nouveau prix, à Montréal, se compare avec le prix au détaillant, à Toronto, toujours pour le pain non tranché?

M. WILSON: Le pain non tranché se vend 11½c. à Toronto et 12c. à Montréal.

M. FLEMING: Même après la réduction, il continue de se vendre 12c. à Montréal?

M. WILSON: Oui. Ce n'est pas une réduction pour le pain non tranché. C'en est probablement une pour le pain tranché.

M. FLEMING: Voilà un point que j'aimerais voir élucider. Dois-je comprendre que la réduction dont a parlé M. Dionne n'est pas une réduction en ce qui a trait au pain non tranché?

M. WILSON: M. Dionne n'aurait pu parler du nôtre, parce que nous ne lui vendons pas. Du moins, nous ne lui vendions pas hier, et j'ai communiqué hier avec Montréal.

Le PRÉSIDENT: Je pense qu'il s'agissait du pain Harrison.

M. JOHNSTON: Le pain Harrison et Supreme.

M. WILSON: Je sais que notre nom s'est trouvé mêlé avec ceux-là dans les témoignages.

M. FLEMING: Pour ce qui vous concerne, votre prix au détaillant à Montréal, ou, en d'autres termes le prix de gros du pain non tranché reste plus élevé qu'à Toronto?

M. WILSON: Oui, mais nous ne nous attendons pas à vendre beaucoup de pain non tranché. Nous espérons n'avoir que le pain tranché.

M. FLEMING: Vous n'avez jamais, en aucune circonstance, plus d'une qualité de pain blanc non tranché? Est-ce exact?

M. WILSON: C'est juste.