

détaillants. Il ne s'agit pas simplement du grand magasin qui met son catalogue directement à la disposition du consommateur. Ce n'est pas à quoi je songe plus particulièrement. Je songe plutôt à la question plus générale à laquelle cet article se rapporte de plus près.

M. Croll: Parfait.

L'hon. M. Garson: J'ai très bien compris ce que demandait l'honorable député. Il voulait savoir si à cette époque qui est celle où les fabricants préparent leur catalogue avant la saison des ventes et les confient à leurs voyageurs, il leur serait possible d'y indiquer ce qui, à leur avis, constitue un prix convenable pour leurs produits? La réponse est très claire. Il leur est parfaitement loisible de le faire à condition toutefois qu'ils ne le fassent pas de façon à obliger ou à persuader le détaillant à adhérer strictement à ces prix. La raison pour laquelle je prévois cette réserve c'est, comme mon honorable collègue le sait sans doute, que le maintien du prix de revente n'a pas toujours, voire généralement, été le fruit d'un accord écrit ou de quelque chose de ce genre. Il est le fruit de toute une série de transactions au cours desquelles le représentant peut aller trouver le détaillant et lui dire: "Voici donc nos prix, et je pense que vous comprenez ce que cela veut dire. Vous comprendrez sans doute que le fabricant aimerait que ces prix soient maintenus. Me suis-je bien fait comprendre?"

Si nous avions à faire face à pareil concours de circonstances, si des pressions s'exerçaient sur le détaillant pour qu'il maintienne ces prix et si l'on donnait à entendre qu'il serait passible de quelque sanction s'il ne les maintenait pas, alors je pense que cette façon d'agir pourrait, si nous réussissions à en faire la preuve, constituer un délit aux termes de la disposition à l'étude. Mais quand le fabricant, en toute bonne foi, publie un catalogue et dit que, par rapport à tel produit en particulier, il estime que le prix de revente convenable serait de \$3, quand il est prêt à le vendre au grossiste et, par l'entremise du grossiste, au détaillant à ce prix-là, il n'y a là rien qui contravienne à la loi, pourvu que cela n'aille pas plus loin. Mais bien entendu, quand le détaillant obtient l'article, il l'a payé. C'est à lui et il reste tout à fait libre d'en fixer le prix. Il n'est pas tenu de s'en tenir aux \$3 s'il ne veut pas le faire, à moins que le fabricant n'ait fixé les \$3 comme prix maximum, auquel cas il peut non seulement fixer le prix maximum mais encore il peut contraindre le détaillant à le respecter.

M. Fraser: Cela empêcherait-il le fabricant de poser sur les articles qu'il vend des étiquettes indiquant un prix de \$3, \$4, \$5 ou autre?

L'hon. M. Garson: Non.

M. Fraser: Les fabricants pourront-ils placer leurs étiquettes comme ils le font maintenant?

L'hon. M. Garson: Oui. Prenons, par exemple, des bas de bonne qualité pour dames, qui se vendent dans une boîte et dont le prix proposé est \$2. C'est parfait, mais le fabricant ne doit prendre aucune mesure qu'on pourrait considérer comme une tentative en vue de pousser le détaillant à les vendre à ce prix et non pas à moins de ce prix.

M. Coldwell: Que dire du fabricant d'automobiles ou de machines agricoles qui contraint plus ou moins le distributeur à acheter une certaine quantité à un prix déterminé? L'agence est en quelque sorte un bureau où le détaillant, — si l'on veut le désigner ainsi, — assume la responsabilité d'acheter et de vendre une certaine quantité d'articles et d'obtenir un certain nombre de fournitures en vue des réparations et d'autres services du même genre. Aux termes du projet de loi, le détaillant aurait-il le droit de prendre ses propres dispositions au sujet du prix ou devrait-il se conformer aux désirs du fabricant, vu qu'il est en quelque sorte l'agent de ce fabricant? La question me paraît compliquée, mais j'aimerais que le ministre nous dise ce qui se produirait dans ce cas.

L'hon. M. Garson: Je crois avoir bien compris la question de l'honorable député, car il l'a formulée avec sa lucidité habituelle; mais peut-être devrais-je établir une distinction au sujet du genre d'agence dont il parle, le soi-disant agent qui possède son propre commerce, achète ses articles du fabricant et revend les articles appartenant au soi-disant agent. De fait, il n'est pas agent au sens strict; il fait le commerce de ces articles.

Avant de continuer de répondre à la question, j'aimerais comparer ce monsieur à un homme qui est agent d'un fabricant, au vrai sens du mot. Il peut être propriétaire de son lieu d'affaires mais les marchandises en magasin appartiennent au fabricant et continueront à lui appartenir jusqu'à ce que le droit de possession passe du fabricant au consommateur. Dans le cas dont parle mon honorable ami, la mesure, lorsqu'elle prendra effet, permettra au vendeur de revendre sa marchandise au prix qu'il jugera approprié et cela en toute liberté, sans qu'il s'expose à des sanctions. Pour ce qui est de l'homme qui est vraiment agent, il devra naturellement,