

**Mme Ellen L. Fairclough (Hamilton-Ouest):** Le projet d'amendement proposé par le député de Rosetown-Biggar (M. Coldwell) ne revêt pas tout à fait la forme à laquelle je m'attendais. Je dois donc chercher à devenir ce qu'il veut dire au juste. Mais je crois, monsieur l'Orateur, que l'honorable député voulait qu'il se rattachât quelque peu à des lois sur le loyal commerce qu'on pourrait adopter. C'est pourquoi je tiens à le féliciter d'avoir présenté une contre-proposition à un projet de loi qui, à mon avis, ferait certes du tort à l'économie canadienne.

Étant donné le peu de temps que nous pouvons consacrer à l'étude de cette question et d'autres questions, il m'a été impossible, lorsque j'ai parlé de l'amendement primitif l'autre jour, d'aborder la question du commerce équitable. J'ai à la main une brochure dont j'ai parlé l'autre jour. J'avais alors l'impression que tous les députés en avaient reçu un exemplaire. Mais je me suis aperçue, depuis ce temps-là, que la brochure n'a pas été distribuée à tous. Elle renferme des renseignements pertinents qu'il y aurait lieu, à mon avis, de consigner au compte rendu.

**M. Coldwell:** L'honorable représentante aurait-elle l'obligeance de nous dire comment s'intitule cette brochure afin que nous puissions en obtenir des exemplaires?

**Mme Fairclough:** Volontiers. Sur la demande de l'honorable député de Rosetown-Biggar, je tiens à dire que cette brochure s'intitule "Cent cinquante millions de raisons en faveur du loyal commerce". Par cent cinquante millions, on entend sans doute le chiffre de la population des États-Unis. C'est une brochure de M. W. W. Wachtel, président de la *Calvert Distillers Corporation*. Il traite en termes assez généraux des pratiques d'équité commerciale, et les arguments qu'il expose sont très intéressants. Dès la première page, qu'il intitule "Dédicace", il écrit:

Cette brochure s'adresse aux détaillants américains, au nombre de 1,800,000, de tous les domaines de l'activité commerciale, et surtout aux 91 p. 100 des petits magasins qui exécutent 70 p. 100 des transactions commerciales. Ils soutiennent le régime de la libre entreprise qui a valu à notre pays le plus haut niveau d'existence jamais connu dans toute l'histoire du monde.

Si le petit détaillant disparaissait de notre régime de production et de distribution massives, cela précipiterait la fin de la libre entreprise. Sans le petit commerçant, le particulier n'aurait plus le droit de s'établir à son compte. Quand ce moment viendra; quand tout le monde ne pourra plus que travailler pour autrui, l'homme de la rue décidera peut-être qu'il vaut mieux que le Gouvernement soit le seul patron. La plupart des Américains souhaitent ardemment que ce jour ne vienne jamais.

Si la classe sociale des petits marchands disparaissait, la classe moyenne la suivrait bientôt. Il ne resterait alors que quelques gros monopoles et 150 millions de prolétaires. C'est l'avenir que Karl Marx a prêté au capitalisme à la veille de s'effondrer.

Depuis vingt ans, c'est-à-dire depuis l'adoption de la première loi d'équité commerciale, le nombre des détaillants a augmenté d'environ 300,000. On voit donc que l'équité commerciale a favorisé la concurrence plutôt que le monopole, et qu'elle a raffermi la position de notre classe de marchands sur laquelle repose la libre entreprise. En outre, l'équité commerciale ne saurait être assimilée à la fixation des prix et elle n'entraîne pas d'augmentation des prix.

Tout Américain attachant une grande valeur à la prospérité de son pays doit appuyer les pratiques commerciales équitables, car en protégeant la petite exploitation commerciale nous empêcherons que l'Amérique se partage en deux classes étrangères l'une à l'autre, ce qui est un régime dangereux.

Cette dédicace renferme, à mon avis, une grande part de vérité et elle s'applique aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, puisque nous avons un régime économique analogue. Bien moins nombreuses, naturellement, que les leurs, nos règles n'en sont pas moins, pour un bon nombre, analogues et même interchangeables.

Dans cet opuscule, M. Wachtel étudie ensuite les divers éléments des pratiques commerciales équitables et leurs répercussions sur les différentes classes de gens dans un pays comme les États-Unis, et le nôtre aussi. Au chapitre 2, il traite du producteur et des pratiques commerciales équitables. Je n'ai pas l'intention de donner lecture du chapitre tout entier. Je me bornerai à une ou deux observations. Reprenant une phrase qui figure dans sa dédicace il écrit: "Il y a une différence entre le loyal commerce et la fixation des prix". Il cite la déclaration suivante du gouverneur Herbert H. Lehman:

Les pratiques commerciales équitables ne comportent en aucune façon la fixation des prix. Elles ne consacrent pas les monopoles, les prix de monopole ni les coalitions qui attentent à la liberté de la concurrence à l'égard des denrées.

Il ajoute que tous les producteurs n'ont pas besoin des pratiques commerciales équitables, parce que tous n'ont pas des marques de fabrique à protéger. Le fabricant qui a la haute main sur la distribution de ses produits n'a pas besoin de lois relatives aux pratiques commerciales équitables. Mais ceux qui, poursuit-il, n'ont pas la haute main sur la distribution au dernier détaillant ont besoin de la protection de ces lois.

Au paragraphe ou au chapitre suivant, où il est question de la protection qu'assurent au consommateur les pratiques commerciales équitables, l'auteur s'étend sur ce qu'il appelle deux grandes manières de protéger le consommateur et qui consistent, d'abord, à