BIBLIOTHÈQUE
CANADA.

J 103 H72 1951(2e) C6 A44

CANADA. PARL. COM. MIXTE
... COALITIONS.
Procès-verbaux et tém.

NAME - NOM

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES
POUR L'ÉTUDE
DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 1

Séances du

MARDI 13 NOVEMBRE 1951

et du

JEUDI 15 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. T. D. MacDonald, commissaire, et M. A. S. Whiteley, sous-commissaire,
Commission des enquêtes sur les coalitions.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE SA TRÈS EXCELLENTE MAJESTÉ LE ROI
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1952
95850—1

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

POUR L'ÉTUDE

DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

REPRÉSENTANTS DU SÉNAT

L'hon. W. M. Aseltine
L'hon. George P. Burchill
L'hon. Vincent Dupuis
L'hon. J. G. Fogo
L'hon. J.-A. Godbout
L'hon. W. H. Golding
L'hon. C. G. Hawkins
L'hon. R. B. Horner
L'hon. Norman P. Lambert
L'hon. C. C. Pratt
L'hon. Cyrille Vaillancourt

REPRÉSENTANTS DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

M. R. Beaudry
M. W. A. Boucher
M. W. F. Carroll
M. C. W. Carter
M. Robert Cauchon
M. Gordon Churchill
M. D. A. Croll
M. John Dickey
Mrs. Ellen Fairclough
M. D. M. Fleming
M. E. D. Fulton
L'hon. Stuart Garson
M. D. S. Harkness
M. J. H. Harrison
M. Geo. H. Hees
M. R. Jutras
M. A. MacInnis
M. Wm. M. Mott
M. A. C. Murray
M. A. Y. McLean
M. L.-E. Roberge
M. F. D. Shaw
M. A. W. Stuart
M. W. R. Thatcher
M. W. J. Welbourn

Le secrétaire du comité,

A. L. BURGESS.

ORDRE DE RENVOI

Extrait des procès-verbaux du Sénat, le jeudi 8 novembre 1951.

Suivant l'ordre du jour, le Sénat passe à la suite du débat interrompu hier, sur la motion du sénateur Hugessen, appuyé par le sénateur Taylor.

Que le Sénat se joigne à la Chambre des communes afin d'instituer un comité mixte des deux Chambres en vue d'étudier le rapport intérimaire de la commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions, qui a été déposé sur le bureau du Sénat le mardi 6 novembre 1951, et en vue d'étudier les modifications appropriées à la loi des enquêtes sur les coalitions qui découlent de ce rapport.

Que les sénateurs suivants soient nommés pour représenter le Sénat au sein dudit comité mixte, savoir: les honorables sénateurs Aseltine, Beaubien, Burchill, Dupuis, Fogo, Godbout, Golding, Hawkins, Horner, Lambert, Pratt et Vaillancourt.

Que le comité ait le pouvoir de constituer, parmi ses membres, les sous-comités qu'il jugera utiles ou nécessaires, d'assigner des personnes, de faire produire des documents et dossiers, d'interroger des témoins sous serment, de siéger pendant les séances et les ajournements du Sénat et de faire rapport de temps à autre.

Que le comité ait le pouvoir de faire imprimer, au jour le jour, les documents et les témoignages qu'il pourra ordonner pour son propre usage et celui du Parlement et que l'application de l'article 100 du Règlement du Sénat soit suspendue à cette fin.

Qu'un message soit transmis à la Chambre des communes en conséquence.

Après plus ample débat, et...

Ladite motion étant mise aux voix,

Elle est résolue par l'affirmative.

Extrait des Procès-verbaux du Sénat, le mardi 13 novembre 1951.

L'honorable sénateur Beaubien, du comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions, présente le premier rapport du comité.

Le greffier donne alors lecture dudit rapport, ainsi qu'il suit:

Le comité recommande:

1. Que dix de ses membres en constituent le quorum.
2. Que le comité soit autorisé à retenir les services d'avocats.

Le tout respectueusement soumis.

Le président,

A.-L. BEAUBIEN.

Avec l'assentiment du Sénat,
Ledit rapport est adopté.
Copie conforme.

Le greffier du Sénat,

L. C. MOYER.

95850—1½

CHAMBRE DES COMMUNES,

Le MARDI 6 novembre 1951.

Résolu,—Qu'un comité mixte des deux Chambres du Parlement soit institué en vue d'étudier le rapport intérimaire de la commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions, déposé sur le bureau de la Chambre des communes le vendredi 12 octobre 1951, et en vue d'étudier les modifications appropriées à la loi d'enquête sur les coalitions, qui découlent de ce rapport;

Que vingt-six membres de la Chambre des communes, qui seront désignés plus tard par la Chambre, soient membres du comité mixte, pour représenter la Chambre, et que l'article 65 du Règlement de la Chambre des communes soit suspendu à cet effet;

Que ledit comité ait le pouvoir de former, parmi ses membres, les sous-comités qu'il jugera utiles ou nécessaires, d'assigner des personnes, de faire produire des documents et dossiers, d'interroger des témoins sous serment, de siéger pendant les séances de la Chambre et de faire rapport de temps à autre;

Que ledit comité ait le pouvoir de faire imprimer, au jour le jour, les documents et les témoignages qu'il pourra commander pour son usage et celui du Parlement, et que l'article 64 du Règlement de la Chambre des communes soit suspendu à cet effet, et—

Qu'un message soit envoyé au Sénat pour lui demander de se joindre à la Chambre aux fins susmentionnées et de choisir, s'il le juge opportun, quelques-uns de ses membres pour le représenter au sein du comité mixte proposé.

Le VENDREDI 9 novembre 1951.

Résolu,—Que MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Churchill, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Gillis, Harkness, Harrison, Hees, Jutras, Mott, Murray (Oxford), McLean (Huron-Perth), Roberge, Shaw, Sinclair, Stuart (Charlotte), Thatcher et Welbourn, soient désignés pour faire partie au nom de la Chambre des communes du Comité spécial mixte qui a été établi le mardi 6 novembre 1951 pour étudier le rapport intérimaire de la Commission chargée de procéder à l'examen de la loi des enquêtes sur les coalitions, rapport qui a été déposé à la Chambre des communes le vendredi 12 octobre 1951, et pour mettre au point les modifications, fondées sur ce rapport, qu'il y aurait lieu d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions.

Qu'un message soit envoyé au Sénat pour informer Leurs Honneurs que la Chambre a désigné les députés susmentionnés pour représenter la Chambre dans ce comité mixte.

Le LUNDI 12 novembre 1951.

Résolu,—Que le nom de M. MacInnis remplace celui de M. Gillis comme membre dudit comité.

Le MARDI 13 novembre 1951.

Résolu,—Que dix des membres du comité en constituent le quorum.

Résolu,—Que ledit comité soit autorisé à retenir les services d'avocats.

Copie conforme.

Le greffier de la Chambre,

LÉON-J. RAYMOND.

RAPPORT AU SÉNAT

Le MARDI 13 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions dépose ce qui suit, à titre de

PREMIER RAPPORT

Votre comité recommande:

1. Que dix de ses membres en constituent le quorum.
2. Que le comité soit autorisé à retenir les services d'avocats.

Le tout respectueusement soumis.

Le président conjoint,

A.-L. BEAUBIEN.

RAPPORT À LA CHAMBRE DES COMMUNES

Le MARDI 13 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions dépose ce qui suit, à titre de

PREMIER RAPPORT

Votre comité recommande:

1. Que dix de ses membres en constituent le quorum.
2. Que le comité soit autorisé à retenir les services d'avocats.

Le tout respectueusement soumis.

Le président conjoint,

JAMES SINCLAIR.

PROCÈS-VERBAUX

Le MARDI 13 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 11 heures du matin.

Présents:

Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Beaubien, Burchill, Fogo, Golding, Hawkins, Horner et Lambert.

Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Fleming, Fulton, Harkness, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Sinclair, Stuart (*Charlotte*), Thatcher et Welbourn.

Sur la motion du sénateur Burchill, le sénateur Beaubien est nommé président conjoint représentant le Sénat.

Sur la motion de M. Welbourn, M. Sinclair est nommé président conjoint représentant la Chambre des communes.

Les présidents conjoints remercient le Comité de l'honneur qui leur échoit.

Sur la motion de M. Croll,—

Résolu,—Que le Président fasse imprimer au jour le jour le nombre d'exemplaires de procès-verbaux et témoignages du Comité en anglais et en français, qu'il pourra juger nécessaire.

Sur la motion de M. Jutras,—

Résolu,—Que le Comité propose que dix de ses membres en constituent le quorum.

Sur la motion de M. Croll,—

Résolu,—Qu'un sous-comité du programme et de la procédure, composé des présidents conjoints et de sept membres désignés par eux, soit constitué.

Sur la motion de M. Croll,—

Résolu,—Que le Comité demande l'autorisation de retenir les services d'avocats.

Sur la motion de M. MacInnis,—

Résolu,—Que certains organismes qui ont exprimé leur avis par le truchement des journaux et d'autres qui ont exposé les faits au ministre de la Justice, soient invités sur-le-champ à présenter des mémoires et à nous faire savoir s'ils désirent témoigner au comité.

Il est convenu de déférer la question de convoquer d'autres témoins au sous-comité du programme et de la procédure qui devra faire rapport au comité principal à sa prochaine séance.

A midi et 10 minutes, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau sur convocation du président.

Le JEUDI 15 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin.

L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents:

Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Golding, Hawkins, Horner, Lambert et Vaillancourt.

Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Fulton, Harrison, Hees, Jutras, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher et Welbourn.

Également présents: M. T. D. MacDonald, commissaire, et M. A. S. Whiteley, sous-commissaire de la Division des enquêtes sur les coalitions.

Sur la motion de M. Croll,

Résolu,—Que le sous-comité du programme et de la procédure soit agrandi de façon à comprendre le président conjoint et huit membres.

Le président au fauteuil annonce que les suivants feront partie du sous-comité du programme et de la procédure, en plus du président conjoint: le sénateur Burchill et MM. Boucher, Croll, Fleming, Fulton, MacInnis, Shaw et Stuart (*Charlotte*).

Le président au fauteuil présente le premier rapport du sous-comité du programme et de la procédure ainsi qu'il suit:

Le 14 NOVEMBRE 1951.

Le sous-comité du programme et de la procédure s'étant réuni le 14 novembre, s'est entendu pour proposer

1. Que les groupements mentionnés à la dernière séance du Comité, c'est-à-dire ceux qui ont exprimé en public leur attitude à l'égard du rapport de la commission MacQuarrie et ceux qui ont adressé des exposés à ce sujet au ministre, soient d'abord invités à comparaître au comité.

   Conformément à ce vœu, on a pris des dispositions provisoires, sous réserve de l'assentiment du Comité principal, en vue d'entendre les représentants du Congrès Canadien du Travail, le mardi 20 novembre, et les représentants de l'Allied Beauty Equipment Manufacturers and Jobbers Association, le mercredi 21 novembre.
2. Qu'on n'entende aucune association provinciale affiliée à une association nationale ayant présenté un exposé au Comité, à moins que l'organisme provincial ne déclare son opposition aux opinions exprimées par l'organisme national.
3. Que le Comité exige que tous les mémoires soient déposés avant que les témoins comparaissent et que des exemplaires en soient distribués aux membres du Comité.
4. Qu'on ne donne pas lecture du mémoire au Comité, mais que l'examen se résume à une brève déclaration de la part du témoin et à l'interrogatoire.
5. Qu'on ne consacre, autant que possible, qu'une seule séance du Comité à l'examen des représentants de chacune des organisations.

6. Que leurs frais de déplacement ne soient remboursés qu'aux témoins comparaissant à l'invitation du Comité, mais non pas à ceux qui ont demandé qu'on les entende.
7. Que le secrétaire du Comité soit chargé de fournir aux journalistes, la veille de l'audition des témoins, des exemplaires des mémoires présentées, à condition qu'on ne les communique pas aux journaux avant l'appel des témoins.
8. Que le Comité se réunisse à 10 heures et demie du matin, le mardi 20 novembre et, par la suite, tous les jours de la semaine, sauf le samedi.

Sur la motion de M. Croll, le premier rapport du sous-comité du programme et de la procédure est adopté.

M. Croll propose que la Commission des enquêtes sur les coalitions soit priée de rédiger, sous forme de loi, les vœux que renferme le rapport intérimaire de la commission chargée d'examiner les lois relatives aux coalitions.

M. Fulton propose, à titre d'amendement, que les mots suivants soient ajoutés à ladite motion: et que le Comité soit saisi d'un avant-projet de loi se fondant sur le rapport de la Commission que la Division des enquêtes sur les coalitions a déjà présenté.

Après discussion, ledit amendement ayant été mis aux voix, n'est pas adopté.

Ayant été mise aux voix, la motion de M. Croll est adoptée.

M. MacDonald est appelé, entendu, puis interrogé.

M. MacDonald dépose un avant-projet du bill se fondant sur les vœux de la commission chargée d'étudier les lois relatives aux coalitions et intitulé: loi modifiant la loi des enquêtes sur les coalitions, qui figure à titre d'*Appendice A* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour.

Le témoin se retire.

A midi et 40 minutes, le Comité s'ajourne jusqu'au mardi 20 novembre, à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,

A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

Le 15 NOVEMBRE 1951.
10 heures et demie du matin.

Le PRÉSIDENT: Je déclare la séance ouverte. J'ai l'intention à l'avenir de déclarer ouverte la séance du Comité dès que nous serons en nombre. Maintenant qu'ils sont prévenus, j'espère que les membres feront preuve de ponctualité.

Je tiens d'abord ce matin à m'excuser d'avoir brouillé les cartes en avançant de vendredi à jeudi la séance du Comité. Un des membres m'a signalé le fait. Je m'en excuse. Cependant, si l'on consulte le rapport du sous-comité du programme et de la procédure de ce jour-là, on constatera que nous avions l'intention de nous réunir régulièrement à partir d'aujourd'hui. Je prie M. Beaudry de m'excuser.

Je désire maintenant présenter le premier rapport du sous-comité du programme mais je tiens auparavant à expliquer que nous avons constaté, au moment de convoquer le sous-comité, que nous n'étions malheureusement pas en mesure, vu qu'il s'agissait d'un comité mixte, d'y entendre l'avis des représentants créditistes. Cependant, de l'assentiment de tous les partis intéressés, nous avons porté le nombre des membres du sous-comité du programme et de la procédure de 9 à 10. Il conviendrait sans doute d'adopter une motion en ce sens.

M. Croll, appuyé par M. Beaudry, propose que le sous-comité du programme et de la procédure se compose de 10 membres.

En prévision de la motion ci-dessus, M. Shaw assistait à notre première séance.

Le premier rapport du sous-comité du programme et de la procédure est ainsi conçu:

> 1. Que les groupements mentionnés à la dernière séance du Comité, c'est-à-dire ceux qui ont exprimé en public leur attitude à l'égard du rapport de la commission MacQuarrie et ceux qui ont adressé des exposés à ce sujet au ministre, soient d'abord invités à comparaître au Comité.

Après notre dernière séance, le secrétaire du Comité a téléphoné à tous ces groupements, leur demandant de déposer leurs mémoires le plus tôt possible. Les groupements qui ont promis de déposer leurs mémoires les premiers sont le Congrès canadien du travail, que nous entendrons le mardi 20 novembre, et l'Allied Beauty Equipment Manufacturers and Jobbers Association, que nous entendrons le mercredi 21 novembre. Ce premier point agrée-t-il au Comité?

Adopté.

> 2. Qu'on n'entende aucune association provinciale affiliée à une association nationale ayant présenté un exposé de faits au Comité, à moins que l'organisme provincial ne déclare son opposition aux opinions exprimées par l'organisme national.

Il est loisible à tout le monde de déposer des mémoires, mais quant à se faire entendre au comité, nous désirons supprimer, autant que possible, le double emploi. Est-ce convenu?

Adopté.

3. Que le Comité exige que tous les mémoires soient déposés avant que les témoins comparaissent et que des exemplaires en soient distribués aux membres du Comité.

Dès que nous recevrons les mémoires, nous les soumettrons aux membres du Comité afin qu'ils puissent en prendre connaissance et les étudier avant d'entendre les témoins. D'accord?

Adopté.

4. Qu'on ne donne pas lecture du mémoire au Comité, mais que l'examen se résume à une brève déclaration de la part du témoin et à l'interrogatoire. Convenu?

Adopté.

5. Qu'on ne consacre, autant que possible, qu'une seule séance du Comité à l'examen des représentants de chacune des organisations.

Cela dépendra, il va sans dire, de la longueur de l'interrogatoire mais, en général, il me semble qu'il serait souhaitable de s'en tenir à cette règle. D'accord?

Adopté.

6. Que leurs frais de déplacement ne soient remboursés qu'aux témoins comparaissant à l'invitation du Comité, mais non pas à ceux qui ont demandé qu'on les entende. Est-ce convenu?

Adopté.

7. Que le secrétaire du Comité soit chargé de fournir aux journalistes, la veille de l'audition des témoins, des exemplaires des mémoires présentés, à la condition qu'on ne les communique pas aux journaux avant l'appel des témoins. D'accord?

Adopté.

8. Que le Comité se réunisse à 10 heures et demie du matin, le mardi 20 novembre et, par la suite, tous les jours de la semaine, sauf le samedi.

Nous avons la priorité à l'égard des séances de 10 heures et demie mais, comme certains membres du Comité doivent le mercredi assister aux réunions intimes de leurs partis, lorsqu'il y aura de telles réunions, la séance sera remise au mercredi après-midi.

Plusieurs membres m'ont interrogé au sujet d'un point mentionné dans l'ordre de renvoi, notamment, la conclusion du premier paragraphe qui se termine ainsi: "et de mettre au point les modifications, fondées sur ce rapport, qu'il y aurait lieu d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions." On s'est demandé si le Comité devait rédiger la loi ou s'il devait attendre que le Gouvernement lui transmette la mesure présentée à la Chambre. A l'égard du premier point, le ministre de la Justice a dit qu'on avait exprimé ici même l'avis d'après lequel le Comité était censé, au cours de ses délibérations, proposer une mesure à la Chambre. Mais, comme dans le cas de toute proposition formulée par un comité, il ne s'ensuit pas nécessairement que le Gouvernement donnera suite à nos propositions.

J'ai ensuite demandé au ministre de la Justice si, en l'occurrence, nous pourrions bénéficier des conseils des commissaires aux coalitions à l'égard d'une telle mesure et leur demander de rédiger sous forme de loi les propositions formulées par la commission MacQuarrie. Le ministre de la Justice ne s'y est aucunement opposé. Je me suis renseigné auprès du secrétaire du Comité afin de m'assurer que nous ne créerions pas un précédent. Il m'a dit qu'on avait agi de la sorte maintes fois, en particulier au comité des Affaires des anciens combattants qui avait obtenu, comme point de départ de son examen, des avant-projets de loi rédigés par le ministère.

Je me suis donc permis de prier M. MacDonald, le commissaire en chef de la Division d'enquête sur les coalitions, de rédiger sous forme de loi les deux vœux de la commission MacQuarrie, sous réserve que si le Comité désirait s'en servir comme point de départ de son examen, on en distribuerait des exemplaires aux membres. Sinon, on ne nous les fournirait pas.

Nous avons parmi nous ce matin M. MacDonald, commissaire en chef de la Division d'enquête sur les coalitions; M. Whitely, le sous-commissaire; M. Phelan, l'avocat principal; et M. Favreau, l'avocat en second.

Or, à moins que les membres ne désirent formuler certaines observations, je vais appeler M. MacDonald.

M. FULTON: Un instant, monsieur le président, vos dernières paroles à cet égard exigent des explications. Si j'ai bonne mémoire de ce qui s'est passé à la Chambre, le ministre de la Justice a affirmé qu'il existait déjà au ministère un avant-projet de loi. Il avait l'intention, sauf erreur, de le mettre à la disposition du Comité à titre de proposition. Dois-je comprendre maintenant qu'il n'existe encore aucun avant-projet de ce genre et qu'on se propose de prier M. MacDonald de le rédiger?

Le PRÉSIDENT: C'est précisément pourquoi je me suis efforcé de tirer la question au clair avec le ministre de la Justice. Le Gouvernement, on le sait, a chargé M. MacDonald de rédiger un avant-projet. Les membres du gouvernement devront ensuite l'étudier afin de façonner la mesure qui s'encadrerait dans la politique du Gouvernement. Voilà, bien entendu, ce à quoi le discours du trône a fait allusion. Une telle mesure, il va sans dire, ne nous parviendrait que par l'entremise de la Chambre des communes. C'est pourquoi j'ai voulu précisé nettement que c'est à la Division d'enquête sur les coalitions que j'avais demandé de nous rédiger un avant-projet, traduisant en termes juridiques les vœux de la commission MacQuarrie.

M. FULTON: Il ne saurait nous parvenir, n'est-il pas vrai, que par l'entremise de la Chambre, car dans le cas du comité des Affaires des anciens combattants, vous vous en souvenez, aucun comité ou commission ne s'était réuni antérieurement pour formuler certains vœux destinés à être rédigés par le ministère pour les besoins du comité? Le Gouvernement lui-même, ou le ministre, avec l'assentiment du Gouvernement semble-t-il, a chargé le ministère des Affaires des anciens combattants de rédiger certains avant-projets renfermant les idées alors courantes dans les milieux officiels et qui seraient incorporées dans la charte des anciens combattants. Ce sont ces textes qu'on a soumis directement au comité des Affaires des anciens combattants, à titre de brouillon seulement et pour servir de base à nos délibérations; ce sont les mêmes textes dont on a fait rapport, avec ou sans modifications, et que le comité a proposés à la Chambre pour servir de charte aux anciens combattants. De sorte que le simple fait qu'un projet de loi ait été rédigé par la Commission des enquêtes sur les coalitions et discuté par le Cabinet ne me semble nullement empêcher que la même mesure, qui n'est encore qu'à l'état de projet, nous parvienne d'abord avant d'avoir été soumise à la Chambre. Si de tels avant-projets existaient, nous aimerions savoir ce à quoi on avait songé auparavant. Nous l'aurons sans doute sous une double forme: d'abord l'avant-projet qui a déjà été étudié et puis le nouvel avant-projet, advenant que M. MacDonald en rédige un. Mais, d'après ce qu'en a dit le ministre à la Chambre, c'est d'un avant-projet déjà rédigé qu'on devait saisir le comité.

M. CROLL: N'a-t- il pas formulé cette observation alors que la motion était à l'étude?

M. FULTON: Oui.

M. CROLL: Monsieur le président, M. Fulton a raison de dire que la mesure dont nous avons été saisis au comité des affaires des anciens combattants nous avait été transmise par le ministère des Affaires des anciens combattants. Et

c'est précisément ce que le président a donné à entendre ce matin, c'est-à-dire que la Division d'enquête sur les coalitions nous a communiqué ce qu'elle estime résulter du rapport MacQuarrie, la mesure qui pourrait y donner suite. Il y a parité absolue dans les deux cas. Nous n'avons été saisis d'une mesure officielle ni au comité des Affaires des anciens combattants, ni au présent comité. On nous demande de considérer la mesure qui nous est soumise comme avant-projet, car on ne saurait nous soumettre davantage, et c'est à la lumière de ce document que nous devons formuler un vœu. Voilà la situation, à mon avis. Elle est analogue à celle qui existait au comité des Affaires des anciens combattants où elle a porté de très bons fruits.

Le PRÉSIDENT: C'est précisément là le point que j'ai soulevé. Que le ministère des Affaires des Anciens combattants rédige un avant-projet qu'il soumettra à la discussion du comité du même nom et que le Gouvernement présente un projet de loi à titre de mesure officielle, voilà deux façons très différentes de procéder. Il en va de même de l'avant-projet rédigé par M. MacDonald, le commissaire des enquêtes sur les coalitions, à qui l'on demande de donner aux vœux de la commission MacQuarrie forme de loi; mais le Gouvernement y donnera-t-il suite au moyen d'une loi? Voilà une tout autre question. Si le Gouvernement l'appuie, alors il faudra que la mesure nous soit présentée à la Chambre des communes afin que nous l'adoptions. J'estime que si le comité désire un instrument de travail, le projet de loi lui fournit une base utile puisqu'il circonscrirait la besogne du comité. D'autre part, si le comité préfère s'en passer, afin de commencer à neuf, sans tenir compte d'aucune base législative, je n'y vois pas d'objection.

M. CROLL: Il ne s'agit pas d'une objection, mais simplement d'une observation formulée par M. Fulton. On ne s'y oppose pas.

M. FULTON: Voilà le point auquel je songeais. Si nous devons être saisis d'un projet de loi, alors il convient qu'il nous parvienne par la voie appropriée, c'est-à-dire de la Chambre, car le discours du trône indiquait certes l'existence d'un avant-projet qu'on devait nous soumettre. Afin de mener notre enquête à bonne fin, j'estime que nous devrions savoir ce que le Gouvernement envisageait alors. En d'autres termes, si c'est un nouvel avant-projet que M. MacDonald a rédigé, il nous faudra supposer qu'il n'a pas rallié l'approbation du Gouvernement, tandis que si M. MacDonald a en réalité rédigé un avant-projet de loi il faudrait le soumettre à l'approbation du Cabinet. Si je ne m'abuse, telle n'est pas la situation à l'égard du document qu'on nous présente maintenant. L'avant-projet de loi qui a été présenté au Cabinet, comme le donne à entendre le discours du trône et le confirme maintenant le président, diffère donc de l'avant-projet qu'on a maintenant chargé M. MacDonald de rédiger. Il nous faudrait prendre connaissance du premier afin de nous assurer des modifications qu'on y a apportées. J'estime que nous devrions étudier le libellé des deux avant-projets de loi.

M. JUTRAS: M. Fulton ne songe-t-il pas à tout autre chose? Si j'ai bien saisi l'argument du président, cet avant-projet nous serait utile, car il nous permettrait d'étudier, sous forme de loi les vœux de la commission MacQuarrie, et de nous bien pénétrer de ce qu'elle avait à l'esprit. Il nous serait utile de l'étudier dans une version juridique. Que le Gouvernement décide ou non d'adopter le projet de loi ou de prendre des dispositions quelconques à ce sujet, voilà autre choe et qui relève du Gouvernement. Notre rôle à nous consiste à formuler des propositions dans le cadre du rapport de la commission MacQuarrie.

Une fois que les éléments du problème nous seront connus, nous serons en mesure de constater si ces observations sont rédigées selon la phraséologie juridique; ce sera là notre point de départ. Il me semble qu'il n'est que juste de nous laisser voir ces textes.

M. FULTON: Ma foi, il n'en est pas exactement ainsi, étant donné que le ministre a déclaré (et à l'époque, j'ai enregistré sa déclaration comme traçant la ligne de conduite officielle du Gouvernement) qu'on avait rédigé un avant-projet de loi; on espérait alors que ce texte serait soumis au comité. Il est évident qu'ici, par avant-projet de loi, il convient d'entendre un texte législatif déjà rédigé.

M. BEAUDRY: Les instructions données au comité permettraient de trancher le point en litige.

Le PRÉSIDENT: Voici ce que renferme l'ordre de renvoi:

> Un comité mixte des deux Chambres du Parlement sera désigné pour étudier le rapport intérimaire du comité nommé pour l'examen de la loi sur les coalitions, déposée aux Communes le vendredi 12 octobre 1951; et pour étudier également les modifications appropriées à la loi d'enquête sur les coalitions, modifications fondées sur ledit rapport.

Rien là dedans ne nous permet de conclure qu'on nous accorde le droit de voir le projet de loi du Gouvernement.

M. CROLL: Le ministre a dissipé toute équivoque possible. Il a insisté sur le fait qu'il n'avait nulle intention de renvoyer le texte de loi au comité. J'ai écouté le dernier discours qu'il a prononcé dans la soirée sur la question. Il a énergiquement insisté sur le point qui nous occupe et il a réaffirmé avec vigueur sa position, sous le feu roulant des questions des membres de l'opposition.

M. FULTON: En effet, il a souligné, qu'il n'allait pas présenter de projet de loi à la Chambre. Toutefois il a répété sans équivoque qu'un avant-projet de loi était prêt et c'est lui-même qui a proposé que ce texte fût soumis au comité. C'est ce qu'il a dit en réponse à une des questions qui lui furent posées.

M. CROLL: Je ne me le rappelle pas. Quand a-t-il dit cela?

M. SHAW: Relisons ses observations et efforçons-nous d'en percer le sens. Le 6 novembre, le ministre a cité le texte d'un exposé antérieur, qu'il avait fait le 2 du même mois. Je cite: "Le Gouvernement espère que le comité parlementaire mixte, pourra se mettre à la tâche le plus tôt possible, qu'il pourra exécuter sa besogne assez rapidement pour que les mesures législatives qu'il sera appelé à étudier, puissent être présentées au Parlement avant la fin de la présente session, ainsi que le laissait prévoir le discours du trône".

Le ministre a donc bien évoqué: "...les mesures législatives qu'il (le comité) sera appelé à étudier". De quelles mesures s'agit-il? Je le répète, le ministre citait là ses propres paroles. On trouvera ce passage à la page 824 du hansard non revisé, en date du 6 novembre 1951. Il reproduit textuellement un extrait de son discours du 2 novembre.

M. CROLL: Peu importe le discours du ministre. Nous avons sous le yeux les termes fixant les attributions du comité.

Le PRÉSIDENT: Permettez-moi d'aborder le problème sous un autre angle. Tout d'abord, le commissaire aux coalitions doit donner forme légale aux vœux de la commission MacQuarrie. En outre, nous ne connaîtrons les propositions du Gouvernement que lors de la présentation du projet de loi aux Communes et de son renvoi devant notre organisme. Nous n'en sommes pas encore là.

M. FULTON: Ce que la division des coalitions nous a fait tenir, est l'avant-projet de loi.

M. CROLL: Mais pas du tout!

Le PRÉSIDENT: L'avant-projet que rédigerait la division des coalitions est identique sans doute à celui qu'on a soumis au ministre pour son propre usage ou en vue des discussions qu'il pourrait avoir avec les membres du cabinet.

M. CROLL: Tout avant-projet rédigé par la division des coalitions pour le ministre serait un texte privilégié. Il serait destiné au ministère et non pas au comité. Si je ne m'écarte pas du Règlement, monsieur le président, j'aimerais proposer que la division des enquêtes sur les coalitions soit priée de bien vouloir revêtir d'une forme légale les vœux de la commission MacQuarrie, afin que nous puissions les analyser.

M. BEAUDRY: J'appuie votre motion.

M. FULTON: Je propose l'adoption d'un amendement, aux termes dequel le comité devrait pouvoir consulter non seulement l'avant-projet en question, mais encore le texte préalable rédigé par la division.

M. CROLL: Scrutin!

Le PRÉSIDENT: L'amendement a priorité. Ceux qui l'appuient? Y en a-t-il qui s'y opposent?

L'amendement est repoussé.

Ceux qui appuient la motion principale? Contre?

La motion est adoptée.

Bon. Je tiens à dire (et je ne sais vraiment si c'est parce que je m'attendais à ce qu'une motion semblable soit proposée) que j'ai déjà demandé au commissaire préposé aux enquêtes sur les coalitions de préparer un avant-projet. En tout cas, il me semble qu'il conviendrait maintenant de prendre contact avec M. MacDonald, le commissaire chargé des enquêtes sur les coalitions.

M. T. D. MacDonald, commissaire, loi des enquêtes sur les coalitions.

Le TÉMOIN: Pour répondre à votre demande d'il y a quelques jours, monsieur, j'ai apporté avec moi quelques exemplaires de l'avant-projet d'une modification à la loi des enquêtes sur les coalitions; à mon sens, ce texte englobe l'essentiel des vœux du rapport de la commission MacQuarrie, rédigé sous forme de texte de loi.

Le PRÉSIDENT: Le comité désire-t-il que le texte soit distribué à ses membres dès maintenant?

M. CROLL: Oui, qu'on le dépose.

Le TÉMOIN: Qu'il me soit permis également de distribuer aux membres du comité des exemplaires de la loi d'enquête sur les coalitions?

M. THATCHER: Avant d'aller plus loin, puis-je poser une question? Le texte que vous venez de nous distribuer diffère-t-il en quoi que ce soit de l'avant-projet que M. MacDonald a préparé antérieurement pour le ministre?

Le PRÉSIDENT: Sauf erreur, nous demandons au commissaire des coalitions de rédiger sous forme de loi les vœux de la commission MacQuarrie. Nous ne connaîtrons la teneur du projet de loi que le ministre a entériné, que lors de sa présentation aux Communes.

M. FULTON: Dans ce cas pourquoi ne demanderions-nous pas au commissaire si ce texte-ci est identique à celui qu'il a rédigé précédemment?

M. BEAUDRY: Pourquoi n'essayeriez-vous pas aussi de découvrir à quelle heure le ministre a l'habitude de se mettre au lit? Je m'oppose à cette attitude.

M. THATCHER: Les soutiens du Gouvernement entendent-ils faire adopter ce texte à tout prix?

Le PRÉSIDENT: A l'ordre! Ne parlons pas tous ensemble.

M. FULTON: Sans doute, la vie privée du ministre ne nous regarde-t-elle pas; mais la politique gouvernementale, dont le discours du trône a tracé les grandes lignes, nous regarde parfaitement et c'est à elle que ma question se rapporte. Celui de mes collègues qui prétend que je veux découvrir l'heure

à laquelle le ministre se couche, s'est rendu coupable d'une interruption absurde. Ce qui nous occupe ici, c'est la ligne de conduite suivie par le Gouvernement et esquissée dans le discours du trône, lequel discours a donné à entendre sans équivoque qu'il s'agissait d'un texte de loi. Cela a d'ailleurs été confirmé par les observations qu'il a plu à M. Shaw de citer et qui établissent que le comité a été institué en vue d'examiner des mesures législatives appropriées. Je me borne à demander à M. MacDonald si l'avant-projet de loi qui nous est soumis est identique au texte légal qu'il a présenté antérieurement?

M. THATCHER: Je désire soulever une objection qui, à mon avis, est parfaitement raisonnable. Tous les détaillants, grossistes et fabricants s'intéressent aux intentions du Gouvernement quant aux mesures législatives effectives. Ils voudront nous envoyer leurs représentants afin de formuler des observations. J'estime que s'ils sont au courant des intentions premières du Gouvernement, ils seront à même de formuler des observations mieux assises. Si vous faites connaître les projets du Gouvernement, vous n'aurez pas les mains liées, mais nous saurons à quoi nous en tenir quant aux intentions du Gouvernement.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, je désire formuler une observation que M. Fulton ne trouvera pas trop stupide, du moins je l'espère. Le commissaire des coalitions n'a pas qualité pour se poser en porte-parole du Gouvernement.

M. FULTON: Personne ne le lui demande.

M. CROLL: Je pose la question de Règlement. Tantôt le comité a repoussé une motion ou un amendement qui traitait de la question même soulevée par MM. Thatcher et Fulton. L'amendement ayant été repoussé, il a été décidé que nous allions procéder de cette façon.

LE PRÉSIDENT: Tous ceux qui sont ici, qu'ils soient députés ou sénateurs, ont souvent pu constater que le ministre s'est, à bon droit, refusé de rendre publique une communication inter-ministérielle que ses fonctionnaires avaient rédigée à son intention.

M. THATCHER: Ma foi, je puis également invoquer le Règlement pour demander si l'interrogatoire du témoin va être interrompu par les réponses intempestives d'obscurs membres du Gouvernement...

LE PRÉSIDENT: Si telle est votre attitude vous constaterez que vous-même vous tombez dans cette catégorie.

M. THATCHER: Je suis membre de l'opposition!

LE PRÉSIDENT: Tous les membres du comité, qu'ils soient sénateurs ou membres du Parlement et à quelque parti qu'ils appartiennent, jouissent de droits égaux.

M. THATCHER: Dans ce cas, pourquoi les questions que nous posons au témoin restent-elles sans réponse?

LE PRÉSIDENT: Vous avez le droit de poser des questions au témoin et il y sera répondu si elles sont conformes au Règlement; mais je déclare que la question que vous avez formulée est contraire au Règlement.

M. FULTON: Je propose que nous demandions au ministre de la Justice de se joindre à nous immédiatement; je pourrai alors lui poser directement la question.

LE PRÉSIDENT: Vous devez vous rendre compte que nous ne pouvons pas dans un comité tel que celui-ci, demander à l'un de nos membres d'assister aux séances. M. Garson fait partie du comité mais il n'est pas à Ottawa aujourd'hui. Il se joindra à nous au cours de séances ultérieures.

M. FULTON: Bien, je n'insiste pas; mais je signale que je désire poser au ministre la question même qui a été adressée à M. MacDonald et que vous avez déclarée être contraire au Règlement.

Le PRÉSIDENT: Il est parfaitement régulier de la poser au ministre, mais il était contraire aux règles de l'adresser à M. MacDonald.

Le TÉMOIN: Comme je l'ai dit précédemment, le texte que les membres du comité ont sous les yeux, n'est autre chose que les vœux de la commission MacQuarrie revêtus d'une forme légale. Je l'ai apporté ici pour répondre à votre demande.

Je ne sais si vous vous attendiez à ce que je formule d'autres observations mais en réalité, pour le moment, je n'ai rien d'autre à dire.

Le PRÉSIDENT: Dans ce cas, les membres du comité peuvent poser les questions qu'ils désirent. Veuillez, je vous prie, lever la main si vous désirez parler, car vous êtes assis sur deux rangs et il est difficile de vous distinguer.

Le TÉMOIN: Peut-être aurais-je dû dire que la comparaison du projet de modifications et de vœux de la commission MacQuarrie peut faire ressortir des différences apparentes entre les deux textes. Je suis prêt, maintenant ou plus tard selon votre désir, à indiquer les étapes qui m'ont amené des vœux de la commission à la rédaction du texte que vous avez sous les yeux.

Le PRÉSIDENT: Cela nous rendrait service, si vous le faisiez sans plus tarder.

M. Fulton:

D. Mais auparavant, M. MacDonald pourrait jeter quelque lumière sur un problème plus ancien. Le rapport de la commission MacQuarrie laisse ma question de côté. Pourquoi nous faut-il adopter de nouvelles lois? Qu'est-ce qui nous porte à croire que la présente loi d'enquête sur les coalitions soit insuffisante pour réprimer la pratique en cause? Je songe tout particulièrement au paragraphe (3) de l'article 1er concernant la fixation des prix de revente au détail.

Pourquoi nous faut-il des textes supplémentaires? Avez-vous appliqué l'article en cause? A-t-on sérieusement essayé de réglementer la fixation des prix? Dans le cas de l'affirmative, avec quels résultats?—R. Monsieur le président, les tribunaux canadiens n'ont jusqu'à présent été saisis d'aucun procès criminel, où ils auraient eu à trancher en matière de fixation des prix de revente pratiquée par un fabricant indépendant à titre individuel, ni à se prononcer sur la validité d'une telle ligne de conduite. Sans doute, la fixation des prix de revente instaurée au moyen d'accords entre fabricants, ou encore entre un fabricant et un groupe de revendeurs, tombera-t-elle normalement sous le coup des lois régissant les coalitions, aux termes des dispositions de la loi actuelle d'enquête sur les coalitions, au cas bien entendu où ces accords entraveraient indûment le commerce.

Par ailleurs, il faut considérer le cas où il n'y a pas réellement collusion entre fabricants ou entre un fabricant et un groupe de commerçants et où toute action du fabricant tendant à fixer ou à proposer tel ou tel prix de revente n'est qu'une action indépendante et unilatérale; nos tribunaux ne se sont pas clairement prononcés sur des cas de ce genre, mais il ne s'ensuit pas nécessairement qu'en fixant ou en proposant des prix de revente le fabricant agisse légalement.

D. "...légalement ou illégalement?—R. Légalement. Dans chaque cas d'espèce, il conviendrait de se demander si la fixation des prix découle d'un accord préalable. J'ai signalé déjà l'importance de ce point; la fixation des prix est-elle le fruit d'un accord antérieur et va-t-elle à l'encontre de l'article 498 du Code criminel ou de l'intérêt public, au sens de la loi d'enquête sur les coalitions? Il faudrait peut-être à cet égard considérer certaines questions comme la concurrence exercée par d'autres produits similaires dont les prix sont laissés libres ou encore de l'existence de produits de remplacement ou enfin de l'entendue de la mainmise qu'un fabricant donné peut exercer sur les débouchés.

J'espère que vous me pardonnerez de vous lire le texte suivant; c'est que je tiens à ne vous donner que des renseignements très précis.

Les dispositions de la loi des enquêtes sur les coalitions qui se rapprocheraient devantage de la question qui nous occupe sont, semble-t-il, les articles 2 (1), *c*), *e*), *f*) et peut-être bien *d*). L'article 498 du Code criminel ne contient pas d'alinéa correspondant à l'article 2 (1) *c*) de la loi des enquêtes sur les coalitions; mais il renferme des dispositions semblables aux alinéas *d*), *e*) et *f*). Je me borne à signaler que dans une certaine mesure ces articles contiennent des dispositions faisant double emploi.

A l'alinéa *c*) de l'article 2 (1) de la loi des enquêtes sur les coalitions, nous lisons les mots: "fixant un prix de revente".

J'ouvre une parenthèse pour signaler qu'on pourra épiloguer quelque peu sur l'interprétation qu'il convient de donner à ces termes, compte tenu de la répétition du mot "commun", que l'on retrouve souvent dans le corps de l'alinéa.

Je poursuis en disant que la question cruciale semble bien être la suivante: quand peut-on affirmer qu'il y a accord ou convention, exprimés ou tacites, au sens de l'article 2? Il peut être malaisé de discerner un accord dans tous les cas où le fabricant s'est borné à confier ses produits au détaillant en lui disant: "Ces articles doivent se vendre à tel ou tel prix; si vous ne suivez pas mes instructions, je ne renouvellerai pas votre stock". Un cas semblable a été examiné aux États-Unis et un arrêt a été rendu, dont j'aimerais vous lire un bref alinéa.

Le tribunal (en l'occurrence, le Cour suprême des États-Unis) a statué ainsi qu'il suit:

Il n'est pas nécessaire de s'étendre tout au long sur les différences évidentes entre la situation créée par un fabricant qui se borne à exprimer ses desiderata quant aux prix et qui refuse d'avoir affaire à tous ceux qui n'observent pas ses indications—et l'état de choses découlant de l'attitude d'un autre fabricant qui passerait des accords (exprès ou tacites, résultant de contacts ou de toute autre circonstance) avec tous ses distributeurs dans divers États et qui s'efforcerait d'employer à leur encontre des procédés de coercition pour les obliger à s'en tenir aux prix de revente qu'il aurait lui-même fixés. Dans le premier cas, le fabricant se borne à agir selon sa propre discrétion avec ses clients et il n'existe ni contrat ni entente imposant aux acheteurs de limitations quelconques. Dans le deuxième cas, les parties sont liées par des conventions visant à retirer aux revendeurs le droit de regard sur leurs propres transactions, détruisant par là le fondement même de la concurrence et entravant le flot naturel des opérations commerciales entre les États.

J'ai lu ce texte pour souligner la différence reconnue entre des accords conclus entre un fabricant et ses revendeurs et obligeant le revendeur à s'en tenir aux prix fixés et les cas où les fabricants se bornent à livrer leurs marchandises en disant ou en laissant entendre qu'ils mettront des bâtons dans les roues des commerçants désireux de renouveler leur stock, si ceux-ci s'écartent des prix indiqués.

Pour en revenir à la situation créée par la passation d'un accord pour la fixation des prix: on peut se demander alors s'il y a bien dommage causé, d'après l'esprit qui inspire l'article qui nous intéresse.

Dans le cas classique des coalitions délictueuses, les tribunaux s'efforcent de trouver trace d'une main-mise réelle sur le secteur commercial en cause, main-mise due à l'existence de la coalition traduite devant les tribunaux.

Je présume que le comité devra distinguer, de temps à autre, entre une situation créée par un fabricant qui, par l'intermédiaire des grossistes, impose une fixation des prix aux détaillants—et celle qui résulte d'une fixation des prix découlant d'une entente entre fabricants ou de producteurs. Je vous rappelle que les termes consacrés sont, dans le premier cas, "entente verticale" et, dans

le second, "entente horizontale"; ce sont là des termes qui soulignent avec assez de précision les distinctions nécessaires; si donc vous me le permettez, j'en ferai usage.

J'en viens au cas de la fixation des prix de revente au moyen d'une entente verticale; il ne s'agit pas ici d'entente entre divers fabricants, mais bien d'un seul fabricant s'appuyant sur la chaîne de ses revendeurs; le dommage causé à l'économie ne découlera pas alors d'un accord particulier, mais sera plutôt le fruit de la somme d'innombrables accords individuels, qu'unit un lien trop relâché pour qu'il soit possible de les poursuivre tous à la fois en justice.

Je me garderai bien de dire qu'il est toujours impossible, aux termes de la loi actuelle, de poursuivre les accords verticaux. Je dis tout simplement qu'il y a de ces accords qui, à mon avis, ne tombent pas sous le coup de la loi et d'autres qu'il serait malaisé d'y faire tomber; j'estime que les modifications proposées élargiraient les bases des poursuites possibles ainsi que l'aire territoriale englobée par l'interprétation *lato sensu* de l'article actuellement en vigueur.

Enfin, la modification prévue (qu'il soit bien entendu ici que je me borne à exprimer ce qui, à mon avis, constituerait l'effet probable) serait en fait une défense générale, d'application courante et de poids sérieux; elle serait bien plus utile qu'une jurisprudence de pièces et de morceaux destinée à servir de fil conducteur à la commission et au monde des affaires.

En d'autres termes, il semble bien qu'il s'agisse ici d'un cas qui (si, d'autre part, on définissait la ligne de conduite à suivre à l'égard de la fixation verticale des prix de revente, ligne de conduite dont je ne veux pas parler ici) met en relief l'incertitude de la loi et démontre qu'il est indispensable de définir cette politique ou de la redéfinir en termes explicites.

M. Croll:

D. Puisque vous êtes sur ce chapitre, qu'en est-il du cas Frosst, exemple d'accord vertical?—R. Je ne connais pas exactement, colonel, les bases juridiques de l'affaire Frosst. Je n'ai pas consulté les journaux du matin qui en traitent.

D. Vous n'avez pas lu la décision du tribunal?—R. Je n'en ai pas lu le rapport dans la presse du matin.

D. Je ne m'attends pas à ce que vous exprimiez une opinion fondée sur une nouvelle de presse; mais le ministère n'a-t-il pas suivi l'affaire?—R. Si fait.

D. Vous savez donc de quoi il retourne—quel est le principe en cause?

M. FULTON: S'agit-il du fameux cas nº 222?

Le TÉMOIN: Je ne saisis pas au juste ce que vous voulez dire.

M. Croll:

D. Ma question vise à provoquer vos commentaires sur le principe mis en cause ici, et au lien qui pourrait l'unir au principe qui est, d'après vous impliqué dans le cas soumis à la Cour suprême.—R. Ma foi, monsieur, il ne me semble pas que l'affaire Frosst puisse nous être de quelque secours—du moins sous sa forme présente. Le procès semble être fondé sur deux bases: d'abord, sur une rupture de contrat; ensuite sur le fait que l'action contestée était contraire aux dispositions de la loi des enquêtes sur les coalitions.

Sa Seigneurie a déclaré qu'il y avait d'autres remèdes à notre portée; d'après lui, si la société défenderesse a violé quelque loi se rapportant aux coalitions ou aux entraves au commerce, il est possible de lui intenter un procès en vertu du Code criminel, ou de loger une plainte auprès du commissaire de la loi d'enquête sur les coalitions. D'après le rapport, le tribunal n'a pas exprimé de vue dont nous puissions nous inspirer.

D. Peut-être le moment est-il mal choisi, ce matin, pour en débattre. Mais il m'avait semblé que vous vous rapprochiez davantage du cas qu'il ne paraîtrait à première vue. J'attendrai d'avoir une copie du jugement; M. MacDonald pourrait remettre ses commentaires là-dessus à quelque date ultérieure?—R. Je ne voudrais pas donner l'impression que nous n'avons rien de commun avec les cas cités. C'est le contraire qui est vrai.

D. Il serait inéquitable de vous demander d'exprimer une opinion sur une simple nouvelle de presse; mais quand vous aurez consulté le texte du jugement, vous nous ferez profiter de vos commentaires?—R. Oui.

M. THATCHER: J'étais sur le point de demander à M. MacDonald s'il nous est permis de croire que le projet de loi dont on rédige le premier jet, défendra aux sociétés commerciales, sous peine d'infraction, d'établir à l'avance des prix de revente, même en dehors de tout procédé de coercition? Je veux dire, sera-t-il loisible dorénavant à un fabricant d'envoyer aux revendeurs une liste des prix de revente, avec les articles qu'il leur adresse—ou contreviendra-t-il, ce faisant, aux dispositions nouvelles?

Le TÉMOIN: Avec votre assentiment, monsieur le président, j'aimerais répondre dès maintenant à la question de M. Thatcher, en retraçant pour les membres du comité (si bien entendu ils le désirent) les étapes qui m'ont amené des vœux au texte préliminaire. Ma réponse sera implicitement contenue dans cette explication.

M. Fulton:

D. En ce qui concerne l'utilité de nouveaux textes, j'en conclus de vos dires que la question n'a jamais été tranchée par les tribunaux canadiens, qui n'ont pas édicté si la simple pratique de la fixation des prix de revente constitue un délit, aux termes de la loi actuelle sur les coalitions. En d'autres termes, ce problème d'ordre technique n'a pas encore été tranché?—R. C'est exact.

D. Avez-vous mené une enquête quant aux diverses étapes de la fixation des prix de revente, définie par la loi existante d'enquête sur les coalitions, enquête qui vous aurait permis de conclure que la loi actuelle est insuffisante —ou bien cette conclusion ne constitue-t-elle qu'une pure hypothèse?—R. Nous n'avons mené nulle enquête dans le dessein de résoudre la question, sous l'égide de la loi d'enquête sur les coalitions.

D. Je remarque également qu'aux termes de la présente loi sur les coalitions, non seulement vous faut-il prouver l'existence d'une entente, telle qu'elle est définie au paragraphe qui en traite, mais il vous incombe également de prouver que l'entente opère au détriment du public ou à l'encontre de ses intérêts. Sauf erreur, voilà pourquoi vous pensez que la loi actuelle ne permettrait que malaisément d'obtenir une condamnation pour délit de fixation des prix de revente? Je remarque que cette disposition n'existe plus dans votre texte préparatoire?—R. En effet, c'est une des raisons qui nous est venue à l'esprit, si on l'examine sous l'angle suivant: s'inspirant de l'esprit de l'article existant, dans toute affaire de coalition horizontale tendant à la fixation de prix, les tribunaux s'efforcent de trouver trace d'une sérieuse main-mise sur tel ou tel secteur commercial, main-mise résultant de l'entente elle-même. La situation est souvent tout autre, dans le cas d'une fixation des prix de revente pratiquée par un fabricant isolé. Le dommage peut être l'effet d'accumulation découlant d'une entente, auquel peuvent venir s'ajouter un ou plusieurs autres accords, qui ne s'imbriqueraient d'ailleurs pas les uns dans les autres; il serait alors difficile de les traduire devant un tribunal, comme étant parties composantes de l'accord original et d'en distinguer les effets.

D. Vous ne songez ici qu'à l'un des aspects des dommages, celui qui résulte de la trop grande concentration de pouvoirs dans les mains d'un seul et qui par là même nuit au public; vous affirmez que dans un cas semblable vous

seriez bien empêché de prouver qu'il y a préjudice, à cause du grand nombre d'accords distincts. Mais qu'en est-il des autres sortes de préjudices? Peut-on trouver un biais qui vous permettrait de poursuivre en justice les auteurs d'accords de fixation de prix de revente, dans les cas où ces ententes sont nuisibles à l'intérêt du public?—R. Vous voudrez bien observer que nous nous engageons ici dans un domaine où il n'y a pas encore eu jurisprudence, ce qui nous oblige à la plus grande circonspection. Sans doute, peut-on trouver des arguments à l'appui de la thèse de M. Fulton, et prouver que ces ententes sont préjudiciables; mais on s'avancerait plutôt à tâtons, sans pouvoir s'appuyer sur des principes semblables à ceux qu'ont fermement établis nos tribunaux, en ce qui concerne les coalitions. Ici, ces principes seraient tout différents. C'est l'une des raisons qui m'ont poussé à dire que nous pouvons rencontrer une coalition verticale qui ne tomberait pas sous le coup du présent article. L'autre raison consiste en ceci: peut-on établir fermement que telle ou telle entente répond à ce que l'on entend par les termes: contrat, accord ou arrangement.

M. Beaudry:

D. Je vous serais reconnaissant de bien vouloir éclaircir le point suivant: est-il exact de croire que les termes de ce texte sont ambigus, que leur application pratique s'écartera des conclusions auxquelles la rédaction semblerait tendre et qu'il nous faudra compter avec une présomption légale de délit? Je fais allusion aux observations de M. Fulton, qui nous a signalé qu'on a laissé tomber la phrase "a fonctionné ou peut fonctionner d'une manière préjudiciable aux intérêts du public". Doit-on en conclure que la simple conclusion d'un accord constitue un adminicule de délit ou de contravention?—R. Ma foi, monsieur, peut-être ne s'agit-il pas exactement de présomption de preuve. Le fond de la question consiste dans le fait que la loi (ou plutôt, le projet), n'examine pas les divers aspects des dommages infligés au public, à l'instar de l'article actuel de la loi d'enquête sur les coalitions. Le nouveau texte se borne tout simplement à interdire la coutume.

D. Poussons cela plus avant: il est entendu que sous le régime de ce nouveau texte, tout accord défini par l'un ou l'autre des articles en question, constituerait en soi un délit légal?—R. C'est bien cela.

D. Merci.

M. Fulton:

D. Nous croyons à bon droit que la loi actuelle n'a pas été mise à l'épreuve et qu'on ne l'a pas réellement trouvée défectueuse?—R. Je me sens embarrassé, car je voudrais répondre à votre question, comme elle le mérite. Je viens de dire qu'on n'avait mené aucune enquête dirigée tout particulièrement contre un accord vertical sur la fixation des prix de revente; j'ai affirmé également que nos tribunaux n'ont pas eu à se prononcer sur des cas de ce genre. Je crois cependant qu'il convient de relier ensemble les deux parties de ma réponse et de répéter ici qu'à mon avis il peut se trouver des situations englobées par les dispositions de ce texte préliminaire de modifications à la loi existante, situations auxquelles il serait tout à fait impossible de remédier sous le régime du présent article.

D. Oui, et l'une des raisons (sinon la raison unique) en est que l'article actuel vous oblige à prouver que ces ententes nuisent à l'intérêt public, tandis qu'une telle preuve ne serait plus nécessaire après l'adoption du nouvel article. —R. Sans doute, mais il serait préférable de dire que sous le régime du présent article, les tribunaux peuvent s'attendre à ce que vous fassiez la preuve des dommages causés par les ententes verticales qu'ils ont à juger.

D. Je me rends fort bien compte que ma question vous engage sur une voie épineuse; une réponse claire et nette vous forcerait sans doute à dire que

les doutes du ministère sur l'efficacité de la loi actuelle ne reposent en réalité sur nul jugement du tribunal, ni sur nulle preuve de son insuffisance, quant à la fixation des prix au moyen d'entente verticale.—R. Il me semble bien qu'en dépit de vous-vême vous avez formulé votre question de manière à rendre erronée une réponse affirmative.

D. Ma foi, je suivais aussi étroitement que possible vos affirmations.

L'honorable M. LAMBERT: Toutes les discussions sur ce texte préliminaire et sur ses conséquences possibles, sont, à mon sens, entièrement hypothétiques, puisqu'elles ne se fondent en dernière analyse que sur l'amplification gratuite des preuves que vous avez devant vous et sur vos conceptions en matière de loi préventive. En d'autres termes la rédaction du projet est-elle le fruit de preuves bien assises ou est-ce à nous à trouver ces preuves?

Le PRÉSIDENT: Peut-être n'avez-vous pas assisté au début de nos séances, alors que nous étudiions ce texte?

L'honorable M. LAMBERT: J'ai suivi les débats préliminaires; il me semble que les questions posées par M. Fulton s'éclaireraient d'un jour nouveau, si nous voulions bien considérer que tout ceci est purement supposé et qu'en tant que membres de ce comité nous devons juger de la validité des preuves qui nous seront ultérieurement fournies. C'est une façon indirecte d'envisager ces preuves.

Le TÉMOIN: Voilà qui est équitable. En d'autres termes, M. Fulton et moi-même n'avons analysé que des questions hypothétiques.

M. Fulton:

D. Autre chose encore. Je me suis enquis de l'expérience que nous avons acquise, quant aux applications pratiques de la loi actuelle. C'est là quelque chose qui me touche de près; j'estime qu'on peut dire à bon droit que la loi présente n'a pas encore été mise à l'épreuve des tribunaux, quant aux ententes sur les prix, et qu'on n'a pas établi la preuve de son insuffisance.—R. Puis-je inscrire ma réponse aux côtés de votre résumé?

D. Sans doute.—R. Permettez-moi de dire ceci, au risque de me répéter: jusqu'à présent il n'y a pas eu d'enquête menée pour démasquer une entente indépendante sur la fixation des prix. En outre, nul tribunal n'a été saisi de ce problème, au cours de poursuite au criminel.

Le PRÉSIDENT: Je suis convaincu que les membres du comité aimeraient entendre M. Fulton leur expliquer comment il a incorporé les deux vœux dans le texte préliminaire. M. Beaudry a demandé la parole et j'ai décrété que si nous la lui donnions, nous n'aurions pas le temps d'entendre M. MacDonald. Toutefois je vais permettre à MM. Beaudry et MacDonald de prendre la parole; ensuite, s'il nous reste du temps, nous pourrons revenir aux questions d'ordre général. M. Beaudry, à vous...

M. Beaudry:

D. Monsieur MacDonald, j'imagine que ce texte représente vos conclusions du point de vue juridique, faisant suite aux conclusions du rapport MacQuarrie? Je veux dire que si le rapport MacQuarrie était incorporé dans nos lois, tout en conservant l'esprit qui l'a inspiré, il serait normalement revêtu de cette forme légale?—R. C'est bien cela. Ce projet est un essai de rédaction juridique.

D. Mais il ne lierait personne? Je m'efforce tout bonnement de dissiper mes doutes. Pourrait-on regarder ce texte comme une série de conclusions qui, si on les poussait quelque peu, pourraient fournir une base solide pour nos lois?—R. Ma foi, monsieur, vous me faites sortir du domaine où je me cantonnais ce matin. Le président a demandé que les avis de la commission soient exprimés en termes juridiques; vous m'entraînez dans le champ de la politique pure.

D. Fort bien, permettez-moi, dans ce cas, de présenter ma question sous une autre forme.

M. FULTON: Je reprends ma question sous un autre angle, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Ne serait-il pas plus utile de laisser le témoin nous dire par quel procédé il a transformé en texte de loi les vœux de la commission?

M. BEAUDRY: Bon, à condition que vous me donniez ensuite la parole.

Le PRÉSIDENT: Vous pourrez saisir la première occasion pour obtenir réponse à vos questions, après l'exposé de M. MacDonald.

Le TÉMOIN: A la page 22 du rapport du comité MacQuarrie, nous lisons les avis suivants:

> Le Comité recommande donc que soit considéré comme un délit, pour le fabricant ou tout fournisseur, le fait de:
>
> 1. Recommander ou prescrire des prix minima de revente pour ses produits.
> 2. Refuser de vendre, retirer une franchise ou prendre toute autre mesure comme moyens d'imposer des prix minima de revente.

Ensuite, le comité signale:

> ...que le comité ne recommande pas que la prescription et l'imposition de prix de revente autres que les prix minima deviennent un délit. Les fournisseurs seraient donc libres de proposer et d'imposer des prix maxima de revente. Il ne faut pas oublier que la fixation d'un prix spécifique de revente, comporte inévitablement la fixation d'un prix minimum. Il est utile de comparer ces recommandations à la proposition britannique qui se lit ainsi:
>
> > Le Gouvernement se propose, dans les mesures législatives qu'il doit présenter, d'accorder aux manufacturiers le droit de n'indiquer, recommander ou prescrire que des prix maxima pour la revente de leurs marchandises; il sera illégal de fournir toute indication de prix de revente, à moins qu'il n'y soit clairement spécifié qu'il s'agit d'un prix maximum.

Plus loin, le rapport MacQuarrie affirme: (je le paraphrase ici; il s'arrête en deçà des conclusions britanniques):

> Alors qu'aux termes de la mesure législative envisagée au Royaume-Uni, le manufacturier n'aura le droit de mentionner aucun prix, à moins de préciser qu'il s'agit d'un prix maximum, il serait encore possible, dans le cadre de nos propositions, d'indiquer un prix maximum ou un autre prix et de publier des listes de prix, à condition de préciser nettement que le prix mentionné n'est ni recommandé, ni imposé par le manufacturier comme prix minimum.
>
> Le comité n'est pas disposé à recommander des mesures rigoureuses au point de nuire à la méthode établie de publier des listes de prix. Il est d'avis qu'il suffira d'interdire la recommandation, la prescription ou l'imposition d'un prix *minimum* de revente. Si on obligeait le manufacturier à faire de ses prix de liste des prix maxima imposés, nous ne croyons pas improbable qu'il en résulterait simplement des prix de liste plus élevés.

Le comité conclut qu'il convient d'interdire la fixation de prix minimum, mais signale qu'il ne veut pas préconiser l'interdiction de la fixation de tel ou tel prix particulier.

Il paraît évident que le comité ne veut pas gêner l'action de ceux qui établissent des prix courants, sans cependant imposer ou recommander de plan-

chers. Pour les besoins de la cause, le comité a tracé une ligne de démarcation qui me paraît raisonnable entre "recommandation" et "indication".

J'avoue que j'ai eu du mal à traduire cette conception en jargon législatif, tout en rédigeant le texte préliminaire de manière que tous puissent le comprendre. Vous observerez que dans ce texte, on a recours aux termes "contraindre ou amener"; en effet il me semble que c'est le terme "amener" qui peut servir de ligne de démarcation entre l'état de choses que la commission MacQuarrie veut laisser inchangé et celui qui est visé par ses foudres.

En effet, s'il n'y avait pas tentative de persuasion et qu'une société se bornât à indiquer des prix de revente, cette pratique relèverait d'un domaine où le comité se défend de pénétrer. D'autre part, si l'énumération des prix s'accompagnait de procédés de persuasion donnant clairement à entendre que les commerçants dociles pourront seuls regarnir leurs stocks (ils seraient d'ailleurs bien en peine d'agir autrement)...

M. Fulton:

D. Ou encore que les petits garçons bien sages obtiendraient un rabais? —R. C'est cela—eh bien, on se trouverait alors en présence de procédés qui se classent de l'autre côté de la barrière. Je ne sais si je parviens à éclaircir les choses ou si au contraire je les embrouille; mais j'ai démêlé l'écheveau de confusion enroulé autour du mot "recommander" et du mot "indiquer", employés par le comité dans des acceptions toutes différentes. L'un de ces termes est bénin, tandis que l'autre est préjudiciable. Je suis parvenu à apporter dans tout cela un peu de clarté en ayant recours, dans le projet, au mot "amener".

La pratique de l'établissement d'un plafond sur les prix n'a rien de préjudiciable. La Commission ne s'est jamais attaquée à la fixation des prix maximums dans son rapport; il n'en est donc pas fait mention dans le projet.

Le paragraphe 3 de l'avant-projet visait à appliquer les vœux de la deuxième partie qui servait de complément à la première, c'est-à-dire que, comme on ne peut proposer ou prescrire des prix minimums, on ne peut non plus alors refuse de prendre des mesures contre celui qui refuse de respecter les prix minimums. Les paragraphes 5 et 6 de l'article 2 ont pour objet de ranger ce cas dans la même catégorie que les coalitions sous l'empire de la loi actuelle aux fins d'enquête et de poursuite, s'il y a lieu.

Le PRÉSIDENT: Je crois comprendre que cela termine votre énoncé?

Le TÉMOIN: En effet, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Très bien. La parole est à M. Beaudry.

M. Beaudry:

D. Monsieur MacDonald, je me reporte à votre avant-projet et au rapport du comité qui dit,—ce qu'il ne faut pas perdre de vue,—que la fixation de prix de détail déterminés implique celle de prix minimums et que le fabricant n'aura pas le droit de mentionner un prix quelconque, à moins qu'il ne soit nettement indiqué qu'il s'agit d'un maximum et qu'il sera toujours possible, d'après notre proposition, d'indiquer un prix maximum, pourvu qu'il soit bien compris que le prix mentionné n'est ni recommandé ni prescrit par le fabricant comme étant un minimum. Je reviens à ma première question qui, d'après la façon que je la pose, ne vous engage pas nécessairement et j'aimerais que cela soit bien compris du comité. C'est tout simplement à cause de mon manque d'exercice du droit.

M. CROLL: Ou de formation?

M. BEAUDRY: De formation et d'exercice, si l'on veut. Non, seulement d'exercice. Puis-je conclure en disant que cet avant-projet embrasse plus que

ce qui est normalement requis. En d'autres termes, il crée une infraction là où, en réalité, il n'y en aurait pas, lorsque, de fait, la fixation d'un prix ne serait pas au détriment du public. Mais j'irai plus loin.

M. CROLL: Non, non, voilà le point.

Le PRÉSIDENT: Comme nous avons entendu si peu de témoignages, je ne veux pas intervenir en ce moment, mais je ferai remarquer que, ce matin, il s'agit de savoir si, oui ou non, M. MacDonald a reporté dans l'avant-projet les vœux de la Commission.

M. BEAUDRY: Je veux m'assurer de ce que la loi met en relief.

M. FULTON: N'est-ce pas là le point dont est saisi le comité?

Le PRÉSIDENT: Je partage votre avis, monsieur Fulton.

M. FULTON: Le comité est chargé d'étudier le rapport de la Commission MacQuarrie qui affirme que la fixation du prix de revente est en soi répréhensible.

M. BEAUDRY: Nous interrogeons le commissaire aux coalitions, qui a de l'expérience en la matière, au sujet de l'avant-projet dont nous sommes saisis.

Le PRÉSIDENT: Ce que je tiens à faire ressortir c'est que nous avons devant nous le rapport de la Commission MacQuarrie, quels que soient les vœux exprimés. Pour le moment, il s'agit de savoir si M. MacDonald a correctement inséré ces vœux dans son avant-projet. Quand nous aurons réglé ce point, nous pourrons examiner d'autres infractions.

M. BEAUDRY: Je suppose qu'il l'a fait.

Le PRÉSIDENT: D'autres membres ont-ils des questions à poser sur le point de savoir si l'avant-projet renferme bien les vœux de la Commission?

M. BEAUDRY: Monsieur le président, voici où je veux en venir: en supposant que l'avant-projet renferme ces vœux, ce que je prends pour admis, à moins que M. MacDonald n'affirme le contraire, je me demande si le rapport MacQuarrie que nous étudions et qui servira de base à une loi éventuelle ne décrète pas comme infraction ou ne propose pas de considérer comme telle certains actes qui en soi ne sont pas au détriment de l'intérêt du public?

Savez-vous monsieur MacDonald, qu'en adoptant les vœux énoncés au rapport et exposés dans le mémoire dont vous nous avez saisis que le premier groupe de sociétés commerciales à être atteint serait celui des journaux du Canada, parce que ceux-ci sont directement visés par la disposition relative à la fixation des prix de revente ou des prix minimums; en effet cette disposition stipule que la fixation ou l'imposition des prix minimums par les fabricants n'est pas conseillé. Je ne vois pas comment les quotidiens peuvent inscrire le prix de 5c. ou 7c. sur chaque numéro de journal sans nécessairement l'exiger.

M. THATCHER: Mais ne peuvent-ils pas fixer leurs propres prix?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher, vous vous rendez précisément coupable de ce que vous avez déjà reproché à d'autres. Laissez le témoin répondre à la question de M. Beaudry s'il le peut ou s'il est en mesure de le faire.

M. BEAUDRY: Je prétends donc que les quotidiens comme les hebdomadaires seraient nettement visés par cette loi, parce qu'ils commettent cette infraction chaque jour de la semaine.

M. CROLL: Pourquoi?

M. BEAUDRY: Parce que ces journaux sont revendus par l'entremise de distributeurs ou de détaillants auxquels ils imposent un prix. Le prix des journaux figure dans l'en-tête.

Le PRÉSIDENT: Nous parlons de choses que nous ne connaissons pas parfaitement mais, si l'on en exprime le désir, il serait peut-être à propos, le moment venu d'appeler des témoins, de faire comparaître des propriétaires de journaux.

M. BEAUDRY: Je ne fais que signaler le cas. Toutefois, je m'en remets au président. Il se peut que ce rapport comporte des propositions d'une portée trop vaste pour être insérées dans une loi.

Le PRÉSIDENT: C'est précisément ce que doit déterminer le comité. Ayant obtenu l'avant-projet, nous entendrons des témoins afin d'en établir les répercussions.

M. Thatcher:

D. Voici: pouvons-nous supposer que la mesure à l'étude ne fera pas un délit pour un fabricant de proposer aux détaillants un certain prix, pourvu qu'il n'y ait pas contrainte.—R. Oui, du moment qu'ils ne seront pas tenus ni induits de maintenir ces prix, c'est-à-dire qu'ils ne recevront pas l'ordre de maintenir ces prix et qu'ils n'y seront pas poussés.

D. Le peu d'expérience que j'ai acquise dans le commerce m'a permis de constater que plusieurs des prix de revente ne sont que des prix conseillés. Cela ne vaudrait-il pas dire que le projet de loi sur la fixation des prix de revente se réduira à peu de chose puisque la loi ne s'appliquera qu'à bien peu d'articles? Si les fabricants et les grossistes peuvent proposer des prix de revente, même sans contrainte, ils peuvent recourir à bien des moyens de les faire respecter, en prétextant, par exemple, qu'il y a pénurie et qu'ils ne peuvent réellement livrer la marchandise demandée. Il me semble que l'effet qu'aura la loi sera beaucoup plus faible ici qu'en Grande-Bretagne et je ne vois pas comment elle pourrait être efficace si les fabricants peuvent encore proposer des prix de revente.—R. S'il n'existe aucun ordre formel de fixer ces prix ni aucune persuasion de le faire, alors votre question soulève celle de la difficulté d'établir la preuve.

D. Exactement. Comment allez-vous le prouver, si un fabricant s'avise de ne pas expédier la marchandise ou si l'un de ses livreurs l'envoie au mauvais endroit parce que le prix n'a pas été maintenu? Je ne vois pas comment on pourrait y arriver à moins d'ajouter la disposition qui est aussi imprimée. Vous venez de nous dire qu'en Grande-Bretagne, les fabricants n'ont pas du tout le droit de proposer des prix, pas même des prix maximums.—R. Non, des prix minimums.

D. Des prix minimums, dites-vous?—R. Oui.

D. Pourquoi ne pensiez-vous pas... —R. Il me semble, monsieur Thatcher, que la situation ne serait pas aussi vulnérable que ne le laisse supposer votre question. Évidemment, il est vrai que, dans un cas particulier, il serait difficile de prouver que la livraison des marchandises a été discontinuée ou qu'un marchand en a été privé parce qu'il n'avait pas maintenu les prix ou pour tout autre motif que le fabricant pourrait alléguer. Mais, en pratique, il me semble que vous pourriez établir le véritable motif de la non livraison. Si le fabricant ne le fait que dans un cas, alors il serait peut-être impossible de trouver les motifs réels qui l'ont fait agir de la sorte. Par contre, si cela lui arrive souvent, il me semble qu'il lui sera difficile de convaincre le tribunal qu'il n'a pas agi de la sorte afin d'assurer le maintien des prix mais plutôt afin de se protéger contre l'insolvabilité d'un commerçant ou parce que ses approvisionnements étaient insuffisants, ou pour tout autre motif qu'il pourrait invoquer.

D. Il semble donc que les craintes que plusieurs entretenaient à propos de cette mesure ne seraient pas aussi sérieuses si l'on permettait de proposer des prix de revente.

M. SHAW: Il me semble, monsieur le président, qu'on ne nous a pas fourni de preuve, ce matin. Nous avons devant nous les conclusions et les vœux de la Commission MacQuarrie. Si j'ai bien compris, nous sommes ici afin de nous prononcer sur les vœux, dont nous sommes saisis en ce moment. Nous avons donc demandé à M. MacDonald de rédiger un texte de loi qui traduirait l'in-

tention de ces vœux. Nous ne débattons pas le point de savoir si ces vœux sont bons ou mauvais. Je crois donc que nous devrions entendre les témoignages avant de nous lancer dans un tel débat.

Le PRÉSIDENT: Je vous en suis reconnaissant, monsieur Shaw, car c'est exactement ce que je pense.

M. SHAW: Nous nous écarterons de la question si nous ne nous en tenons pas à l'objet de la séance.

Le PRÉSIDENT: Dans l'interrogatoire des témoins qui comparaîtront devant nous, nous devrons nous en tenir à la forme légale donnée aux vœux de la Commission. Si M. Beaudry le désire et si le sous-comité du programme et de la procédure y consent, nous pourrons interroger les industries qui, selon lui, ont recours à ce procédé de la fixation des prix, à la lumière de l'avant-projet qu'a préparé M. MacDonald.

M. Fulton:

D. Pour revenir au point de savoir—point qui, selon moi, n'a été réglé,—s'il est nécessaire d'avoir cette loi, j'aimerais poser une question à M. MacDonald. Il a affirmé, je crois, qu'il serait difficile de prouver l'existence d'une coalition dans le cas de fixation verticale des prix. Je comprends que cela puisse arriver dans certains cas, mais voici ce que je veux vous demander, monsieur MacDonald: s'il faut supposer, comme nous le faisons en ce moment, que cette façon d'agir est répréhensible, en nous fondant sur le rapport MacQuarrie, pourquoi ne nous est-il pas possible de sévir en invoquant les dispositions de la loi actuelle? Je me reporte à l'article 2 de la loi sur les coalitions qui se lit ainsi qu'il suit:

> 2. Dans la présente loi, à moins que le contexte ne s'y oppose,
>
> (1) "coalition" signifie une entente se rapportant à quelque denrée susceptible de faire l'objet d'une industrie ou d'un commerce, de deux personnes ou plus, par voie de contrat, accord ou arrangement, réel ou tacite, ayant ou destinée à avoir pour objet...

Voici maintenant l'alinéa c) qui suit:

> c) de fixer un prix commun ou un prix de revente, ou un loyer commun, ou des frais communs d'emmagasinage ou de transport, ou...

Il y a d'autres alinéas, mais je me reporte à celui-là en particulier pour les fins de la discussion.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Fulton, pour que rien ne soit omis, voulez-vous, je vous prie, lire le dernier alinéa?

M. FULTON: Entendu, monsieur le président. Le voici:

> ...ou une fusion, un trust ou monopole, laquelle entente, fusion, lequel trust ou monopole a fonctionné ou est de nature à fonctionner au détriment ou à l'encontre des intérêts du public, soit des consommateurs, soit des producteurs ou autres.

A prime abord, il me semble qu'en tout cas l'alinéa c) embrasse sans aucun doute les cas de fixation des prix de revente, mais vous nous avez signalé la difficulté qui se présentait quand il s'agit des rapports entre fabricant et détaillant. Au lieu de recourir à une entente, le fabricant propose plutôt un certain prix et cette proposition peut revêtir la forme dont vous avez parlé, c'est-à-dire peut constituer une menace, par suite de laquelle un détaillant ne recevra aucune marchandise nouvelle s'il ne respecte pas le prix fixé.

Vous avez également dit que vous n'aviez mené aucune enquête ni complète ni même partielle afin de savoir si la loi actuelle permettait de sévir contre ceux qui fixent les prix de revente. Que dire d'un fabricant qui approvisionne les détaillants non directement mais par l'entremise d'un distributeur?

Je songe en ce moment à plusieurs maisons mais je ne les nommerai pas. Nous les connaissons fort bien. Bon nombre d'industries ne traitent pas directement avec le détaillant mais elles ont recours à un intermédiaire; pourtant cela se fait sans menaces. Le prix de revente est fixé et maintenu, de même que la marge de bénéfice. Cela n'exige certainement pas plus de deux parties; or, il vous en faut trois. N'avez-vous pas examiné ou n'avez-vous pas trouvé quoi que ce fût qui eut pu vous porter à conclure qu'il vous serait impossible de fournir la preuve d'une coalition faite au détriment du public, sous l'empire de la loi actuelle et dans les conditions que je viens d'exposer?—R. Je ne saurais dire si cela outrepasse le simple rapport entre le fabricant et le détaillant, car il me semble que la façon de procéder est la même. Il faut se reposer sur quelque chose dans tout arrangement, contrat ou entente. Un fabricant pourrait dire à un marchand...

L'honorable M. FOGO: Ne pouvez-vous pas avoir une série d'interventions unilatérales?

M. FULTON: Cela équivaudrait à un arrangement tacite.

Le PRÉSIDENT: M. Fulton est à interroger le témoin, monsieur le sénateur Fogo.

L'honorable M. FOGO: Excusez-moi!

Le TÉMOIN: Le fabricant pourrait traiter avec le marchand aux conditions presque les mêmes que celles qu'il pose au détaillant. Il pourrait lui dire ceci: Vous m'achetez ces marchandises à tel prix; or voici le prix de revente ordinaire ou celui qui doit être maintenu. Puis, voici le prix que les détaillants ont l'habitude de maintenir. Le distributeur est à peu près dans le même cas que le détaillant: il reçoit les marchandises et les passe au détaillant sans autre arrangement, entente ou accord plus ferme.

M. Fulton:

D. Ce ne sont pas des cas unilatéraux. Nous avons ici le cas d'un fabricant qui émet une liste de prix de détail. Or, ils ne peuvent être appliqués que si les marchandises sont distribuées par l'entremise d'un distributeur. Elles vont directement au détaillant. Néanmoins, le fabricant émet une liste des prix de détail. Par le fait même, il doit y avoir quelque arrangement, entente ou contrat tacite entre le fabricant et le distributeur ou entre ce dernier et le détaillant. Il m'est donc impossible de considérer cela comme une série d'actes unilatéraux. Au contraire, il m'est évident qu'il s'agit d'une entente, explicite ou tacite, entre deux ou plusieurs personnes, puisque ces personnes sont parties à cette entente. En tout cas, le fabricant distribue une liste des prix de détail.—R. Je saisis très bien votre point, monsieur Fulton, mais je crois que la contrainte est un peu plus forte que s'il s'agissait simplement d'une entente entre le fabricant et le détaillant. Néanmoins, on peut fort bien se demander si ce cas n'est pas un acte unilatéral de la part du fabricant à l'égard du distributeur et de celui-ci à l'égard du détaillant qui les empêcherait d'être considérés, aux yeux de la loi, comme ayant fait une entente entre eux. Si l'on reprochait à un distributeur d'agir en vertu d'une telle entente,—je ne fais ici que des suppositions,—il pourrait répondre qu'il ne tient aucunement à fixer ces prix et qu'il n'a jamais conclu d'arrangement, d'entente ou de contrat à ce sujet. "Mais, pourrait-il ajouter, je savais qu'en ne livrant pas ces marchandises aux prix inscrits sur la liste fournie par le fabricant, il me serait effectivement difficile de renouveler mon stock, bien que le fabricant ne m'ait rien dit en ce sens. J'ai donc cru qu'il serait mieux pour moi d'appliquer ces prix. Toutefois, je n'ai conclu aucun arrangement à cet effet avec le fabricant et je n'ai jamais discuté avec lui la question de fixation des prix. Je n'ai fait que m'en tenir à la liste des prix courants." Il pourrait

aussi s'ajouter: "Croyant que ces prix étaient raisonnables, je les ai appliqués avec l'espoir que le détaillant ferait de même." Il se peut que, dans quelques cas, il y ait quelque exagération de la crédulité...

D. Vous la poussez pas mal loin, je pense.—R. Vous vous rendrez compte combien il est difficile, surtout dans une poursuite criminelle, de démontrer que ces négociants ont, aux termes de la loi, conclu quelque arrangement, entente ou contrat.

D. J'ai peine à comprendre pourquoi et je m'étonne même de voir que vous n'avez pas vraiment mené d'enquête dans les industries qui fixaient le prix des denrées, afin de découvrir si cette pratique était condamnable ou préjudiciable au public.—R. Je vous répondrai d'abord que plusieurs sphères d'enquête nous sont ouvertes où les lignes de démarcation de la jurisprudence ont été nettement ou plus nettement posées et qui nous permettraient d'entrevoir que nos efforts seraient fructueux. Deuxièmement, quand la Commission royale d'enquête sur les prix a été saisie de cette question, elle a conseillé d'en faire un plus ample examen. Puis, la Commission MacQuarrie a été instituée au début de 1950 et, comme la question était comprise dans l'ordre de renvoi, elle l'a spécialement choisie afin de savoir ce qui en était. Depuis lors, on n'a pas jugé à propos d'explorer d'autres domaines, vu surtout qu'il y en a beaucoup d'autres que la jurisprudence établie couvre assez bien.

M. Croll:

D. N'iriez-vous pas jusqu'à dire que vous n'étiez pas aussi sûr de pouvoir appliquer l'alinéa c) de la loi?—R. Cela mérite considération, colonel Croll.

D. Je croyais que c'est là ce que vous avez cherché à démontrer ce matin.

Le PRÉSIDENT: C'est maintenant votre tour, monsieur le sénateur Fogo.

M. CROLL: Ne voulez-vous pas en finir avec ma question?

Le PRÉSIDENT: Si nous avons retenu les services d'un conseiller juridique, qui dirigera l'interrogatoire mardi, c'est que les membres du comité ne sont pas tous avocats. De plus, on a déjà constaté que quelques-uns de ceux qui l'étaient avaient accaparé plus de temps qu'il ne fallait. En tout cas, le sénateur Fogo a la parole.

L'honorable M. Fogo:

D. M. MacDonald a répondu à la question que je voulais lui poser, lorsqu'il a été interrogé par M. Fulton. Quant à la question posée par M. Croll, nous voulons tous que ce point soit réglé bien clairement, bien qu'à mon sens M. MacDonald l'ait déjà expliqué deux ou trois fois. Néanmoins, voici ce que je tiens à savoir: Si jamais l'on adopte l'avant-projet pour que la fixation des prix soit considérée comme un délit, renferme-t-il quelque indication de la ligne de conduite à suivre ou de la série de cas que vous avez mentionnés à M. Thatcher au sujet du point qu'il a soulevé? Vous avez dit que cela pourrait arriver de temps à autre. Je pensais que cet avant-projet visait des cas précis de fixation des prix de revente plutôt qu'une ligne de conduite générale. —R. L'avant-projet vise chaque cas de fixation des prix de revente. Si j'ai fait mention d'une ligne de conduite, monsieur le sénateur, c'était pour faire comprendre à M. Thatcher que cette ligne de conduite pourrait aider le tribunal à trouver les motifs d'infraction dans un cas particulier.

D. Si c'est possible, n'est-ce pas?—R. Oui, à cette condition.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Croll.

M. Croll:

D. Je tiens à dire tout d'abord que je n'entends pas critiquer le côté législatif. Il n'atteint pas le but qu'il vise. Notre devoir est de dire ce que nous

en pensons. Il me semble que vous avez déjà dit que la loi sur les coalitions permet de faire enquête plus facilement dans certains domaines.—R. Je n'ai pas dit "plus facilement".

D. Non, je le sais: c'est moi qui le dis.—R. La jurisprudence est plus solidement établie dans d'autres domaines.

D. Oui, c'est ce que j'ai saisi. Le gouvernement aurait peut-être plus de facilité. Mais si je vous ai bien compris et si mes suppositions sont justes, vous n'avez pas trop confiance dans l'alinéa c) comme moyen d'empêcher la fixation des prix de revente?—R. Voici ce qui peut arriver dans ce cas: Si j'étais appelé à défendre un client, je ferais état, avec succès ou non, de l'alinéa c) à propos de la fixation d'un prix commun ou d'un prix de revente, ou d'un loyer commun, ou des frais communs d'emmagasinage ou de transport, et je soutiendrais que le mot-clef est "commun" et qu'il vise "le prix de revente" et seulement lorsque deux ou plusieurs fabricants ou fournisseurs indépendants fixent un prix commun de revente.

Le PRÉSIDENT: A vous, M. Thatcher.

M. Thatcher:

D. Je crois que le premier vœu de la Commission MacQuarrie visait les "articles sacrifiés". Voici ce que je lis à la fin du rapport MacQuarrie:

> Quant à la tactique des "articles sacrifiés", la Commission estime qu'il s'agit d'une pratique monopolisante qui ne favorise pas le bien-être général; aussi la considère-t-elle comme incompatible avec l'intérêt public.

La Commission a jugé que cette tactique ne présentait pas toutefois de danger immédiat, mais devons-nous supposer que l'avant-projet aura pour effet de prévoir pour le moment le cas des articles sacrifiés?—R. Je ne saurais répondre à votre question.

D. La Commission MacQuarrie ne conseille-t-elle pas, au nombre de ses vœux, de statuer sur le cas des articles sacrifiés?—R. Il n'y a rien dans le rapport ni les vœux de la Commission MacQuarrie auquel je pourrais donner une forme législative.

M. FULTON: Elle ne parle pas des articles sacrifiés?

M. THATCHER: Il en est question dans les vœux de la Commission.

M. DICKEY: Elle a dit qu'il s'agissait là d'un problème important; pour des motifs bien précis qui sont exposés dans le rapport, elle ne pensait pas qu'il fallait légiférer dès maintenant à cet égard, mais étudier davantage la question. Elle ne croyait pas que cette tactique présentait un danger immédiat.

M. CROLL: Nous pouvons bien penser le contraire. De fait, nous le croyons.

M. DICKEY: Quand le législateur reçoit l'ordre d'insérer les vœux de la Commission dans un avant-projet de loi et laisse de côté ce qu'on lui dit d'omettre, il ne fait que se conformer aux ordres reçus.

M. HEES: Oui. Le point important de cette enquête est de décider si la fixation du prix de revente au détail est ou non dans l'intérêt public. Si nous décidons qu'elle est dans l'intérêt public, toutes les discussions sur l'aspect juridique ou technique sont inutiles. Mais, si elle va à l'encontre de l'intérêt public, les arguments qu'on invoque sont très à point. Nous plaçons la charrue devant les bœufs. Il me semble, à moi qui ne suis pas avocat, qu'il vaudrait mieux, si vous voulez m'en croire, laisser ces arguments sur la question juridique et entreprendre l'audition des témoins.

Le PRÉSIDENT: Il nous reste encore quinze minutes. C'est, je crois, au tour de M. Carroll.

M. Carroll:

D. Quant à l'article 2 de la loi primitive, le ministère de la Justice est-il d'avis que l'alinéa *f*) s'applique à tous les autres, comme, par exemple, la fixation d'un prix commun ou d'un prix de revente, ou d'un loyer commun, ou des frais communs d'emmagasinage ou de transport et que cette pratique est au détriment et à l'encontre de l'intérêt public?—R. Oui, monsieur.

D. Cet alinéa s'applique-t-il aussi à votre nouvelle loi?—R. Non, monsieur.

D. Voilà la difficulté à laquelle vous vous heurteriez évidemment, s'il s'appliquait à l'autre loi et qu'on se demanderait si l'alinéa *f*) de la loi primitive embrasse tous les autres cas, entre autres celui que j'ai mentionné et que les juristes auraient quelque doute même à ce sujet. Je veux dire, au sujet de l'interprétation des lois.—R. Oui.

D. L'alinéa *f*) contient-il quelque chose d'absolument distinct des dispositions de toutes les autres lois?

M. FULTON: Nous devrions tirer au clair ce point. Vous ne parlez pas de l'alinéa *f*) mais des dispositions d'ordre général qui le suivent.

M. CARROLL: En effet, je parle de ce qui vient après.

Le TÉMOIN: Je suis d'avis que les mots suivants:

> ...ou une fusion, un trust ou monopole, laquelle entente, fusion, lequel trust ou monopole a fonctionné ou est de nature à fonctionner au détriment ou à l'encontre des intérêts du public, soit des consommateurs, soit des producteurs ou autres.

embrassent les alinéas *a*), *b*), *c*), *d*), *e*), et *f*).

M. Carroll:

D. Et ils ne sont pas compris dans la nouvelle loi?—R. En effet.

D. Parce qu'il serait presque ou absolument impossible de prouver que l'article qui défend la fixation d'un prix commun serait contre les intérêts du public. Il n'est pas tout à fait sûr si elle nuit ou non à ses intérêts, de sorte qu'il faudrait d'abord prouver clairement si, d'après l'ancienne loi, les prix de revente vont à l'encontre de l'intérêt public. Je suis heureux de voir que cela a été retranché, si tant est que cela doive aider de quelque façon le public.—R. Je vais peut-être me hasarder dans un domaine que je ne devrais pas aborder, mais je suppose qu'en soumettant son rapport et ses vœux la Commission était persuadée que la fixation des prix allait à l'encontre de l'intérêt public. Voilà pourquoi elle n'a pas cru nécessaire de faire des réserves dans tel ou tel cas.

D. En effet.—R. En mentionnant une telle réserve.

D. Ayant cru qu'il s'agissait d'une modification à la loi primitive, le ministère de la Justice a, je suppose, pensé que, dans un cas particulier, l'alinéa *f*) ne s'appliquait pas à la nouvelle loi.—R. Oui. Je n'avais peut-être pas bien compris votre première question, sans quoi j'y aurais répondu avec plus de précision.

M. Dickey:

D. Dois-je comprendre, monsieur MacDonald, que, selon vous, les mots "a fonctionné ou est de nature à fonctionner au détriment ou à l'encontre des intérêts du public" que renferme l'article 2, constituent en réalité une infraction qu'il faut prouver?—R. C'est exact.

D. Afin d'obtenir une condamnation sous l'empire de cet article?—R. En effet.

D. J'en conclus que, cette infraction n'étant pas insérée dans l'avant-projet, il n'était pas nécessaire, du moins selon vous, de faire de cette pratique une infraction?—R. J'ai cru que ce ne serait pas appliquer les vœux de la Commission que d'en faire mention dans l'avant-projet.

D. Vous estimiez qu'il ne convenait pas de transformer les vœux de la Commission en une modification à la loi des enquêtes sur les coalitions, à moins de supprimer cette infraction?—R. Oui.

D. Est-ce tout à fait conforme à notre façon ordinaire d'envisager des mesures législatives de cette nature? C'est-à-dire, quand la loi des enquêtes sur les coalitions a été rédigée et adoptée, le Parlement avait jugé, je suppose, que les coalitions fonctionneraient ou seraient de nature à fonctionner au détriment ou à l'encontre des intérêts du public? La loi avait pour objet de condamner ces coalitions. Aujourd'hui, toutefois, une disposition a été intentionnellement insérée afin d'exiger la preuve d'une infraction, pour qu'il y ait condamnation.—R. En effet.

D. A ce propos, quelle différence existe-t-il entre ce qu'on peut regarder comme domaine législatif approprié et ce qu'il convient de statuer au moyen d'une loi? Pourquoi les mêmes motifs qui ont poussé le législateur à insérer ces termes dans la loi des enquêtes sur les coalitions ne l'ont pas incité à inclure les mêmes dispositions ou des dispositions à peu près semblables dans l'avant-projet?—R. Cela nous ramène aux vœux de la Commission auxquels nous avons donné une forme juridique par cet avant-projet. Peut-être est-il pertinent de rapprocher le contexte de l'article 498-A? Cette article interdit certaines pratiques. Vous les trouverez à la page 7 des exemplaires que vous avez entre les mains. L'article 498-A remonte aux environs de 1935. Il n'inclut pas expressément comme infractions toutes celles qui sont mentionnées comme étant "contraires à l'intérêt public". Il suppose que ces procédés y sont contraires. De fait, il doit faire cette supposition. Il doit être considéré comme faisant cette supposition, car il se fonde sur le droit pénal.

Je ne saurais que faire observer que la Commission, comme le démontre son rapport, n'a fait que conclure que le procédé en question est, en général, contraire à l'intérêt public et que, par conséquent, il ne lui était pas nécessaire d'apporter des réserves à ses vœux.

D. Voici ce que je prétends: la loi d'ensemble sur les coalitions est partie de la même supposition que celle sur laquelle repose le genre de mesure comprise dans l'avant-projet.—R. Je n'en suis pas très sûr, monsieur Dickey. Il me semble que, sans ces réserves, la définition d'une coalition telle que la donne l'article 2, coalition passible d'une peine en vertu de l'article 32, constituerait une disposition fort étendue. Cela voudrait dire que toute coalition entre deux ou plusieurs personnes, au moyen d'un contrat, accord ou arrangement tacite ou explicite en vue de la fixation des prix, serait illégale.

Sans la réserve prescrite, d'après laquelle l'intérêt public doit en être lésé, je prétends que vous allez tout inclure comme infraction, y compris toute entente entre deux marchands tenant boutique au bout d'une longue rue, entente qui ne saurait vraisemblablement pas nuire au commerce, même dans leur propre petit entourage.

D. Oui, je comprends, mais je me demandais si le rapport MacQuarrie contenait quelque chose qui indiquerait clairement qu'il proposait quelque loi propre à éliminer ce genre d'infraction énoncée dans la loi des enquêtes sur les coalitions?—R. C'est ce que je déduis du fait que la Commission ne le mentionne nullement dans ses vœux ni dans la discussion qui a abouti à la présentation de ce rapport.

M. Fulton:

D. Voulez-vous dire qu'elle a conclu qu'il s'agissait d'une coutume monopolisante et nuisible?—R. Oui, je le crois.

Le PRÉSIDENT: La parole est maintenant à M. Croll.

M. Croll:

D. M. MacDonald, je viens de consulter l'article 5. Il ressort des discussions de ce matin que l'application d'une telle loi présenterait quelques difficultés. Êtes-vous parfaitement convaincu que les articles 16 et 17 de la loi actuelle vous autorisent à appliquer ce nouvel article advenant que nous l'adoptions?—R. Les articles 16 et 17 de la loi actuelle?

D. Oui.—R. Si fait. Je suis convaincu que les dispositions de l'avant-projet assimilent suffisamment la fixation des prix de revente à une coalition pour conférer à la Commission le pouvoir d'enquêter sur les coalitions, comme elle le peut sous l'empire de la loi actuelle.

D. Mais avez-vous les pouvoirs suffisants? Pensez-vous les posséder, vu que vous pénétrez dans un nouveau domaine?—R. Dans une enquête?

D. Je veux dire les pouvoirs suffisants pour accomplir les desseins de la loi. Vous pourriez éprouver quelque difficulté?—R. D'après ce que je vois, oui.

D. C'est parfait.

M. CARROLL: Le rapport vous porte-t-il à apporter quelque modification à la loi?

Le PRÉSIDENT: Nous aurons toutes les occasions voulues de proposer des modifications.

M. Fulton:

D. Je ne veux parler ici que des étapes d'ordre technique de la mesure elle-même. Si nous la mettons en branle et qu'elle est finalement adoptée, êtes-vous d'avis que, d'après votre expérience, une amende de $25,000 suffira dans le cas d'une société constituée en corporation, ou ne croyez-vous pas qu'il faudrait imposer en outre quelque peine aux administrateurs?

M. CROLL: Je ne crois pas que M. MacDonald puisse répondre à pareille question.

Le TÉMOIN: Je crois pouvoir répondre à cette question, monsieur le président, sans outrepasser mes attributions. Je le répète, quand j'ai abordé l'article en question, lors de la rédaction de l'avant-projet, je me suis reporté à la loi des enquêtes sur les coalitions où j'ai pris la disposition actuelle relative aux coalitions. Il s'agissait d'y insérer une peine, de sorte que j'ai tiré cette disposition de la loi elle-même.

M. Fulton:

D. Je ne veux pas abuser de votre patience ni retarder les travaux du comité si celui-ci juge que ce n'est pas le moment de parler des peines, mais cette question doit venir sur le tapis. Grâce aux connaissances qu'il a de cette loi, M. MacDonald peut nous dire si, d'après lui, la peine prévue par la loi est suffisante ou non. Nous devrions en même temps traiter des peines à imposer sous l'empire de cette loi.—R. J'ai deux observations à formuler qui, encore une fois, n'iront pas au delà de mes attributions. Il me semble, tout d'abord, que rien ne nous empêcherait en ce moment d'intenter une poursuite à un administrateur ou à toute autre personne directement intéressée dans une coalition ou dans une entente prévue par l'avant-projet. Deuxièmement, cette question est de celles qui recevront la plus grande attention de la part de la Commission qui étudie encore la mesure dans ses grandes lignes.

Le PRÉSIDENT: D'autres questions?

M. Fulton:

D. Est-ce là tout ce que vous avez à dire à ce sujet?—R. Je ne crois pas devoir aller plus loin.

M. FULTON: M. MacDonald a beaucoup d'expérience en la matière.

M. CARROLL: Oui, mais il n'est pas ici pour donner son opinion.

M. FULTON: Elle ne devrait pas être mise de côté.

M. CROLL: C'est au Gouvernement à décider des peines à imposer.

M. FULTON: J'ai soulevé ce point parce qu'il est question de peines dans l'avant-projet et je ne cherchais qu'à me renseigner afin de me former une opinion. En somme, qui est mieux autorisé à nous renseigner sur la suffisance d'une peine que le commissaire chargé de l'application de la loi sur les coalitions?

M. CROLL: Non. Le Parlement fixe la peine à imposer.

Le PRÉSIDENT: Quand nous aurons entendu tous les témoignages et pris connaissance des faits, ce sera à nous de décider, mais non à M. MacDonald.

M. FULTON: Je ne m'attendais pas à ce qu'on prétende que nous ne pourrions pas discuter de la suffisance ou de l'insuffisance de la peine. Je demandais tout simplement son opinion à M. MacDonald.

Le TÉMOIN: J'aurais espéré qu'on ne me poserait pas cette question en ce moment, surtout quand elle fait l'objet d'un examen de la part d'une commission comme celle-là. Je l'aurais préféré, bien que je m'en rapporte à la décision du président; je suis à ses ordres.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher.

M. Thatcher:

D. Je me demande si M. MacDonald pourrait m'indiquer le point essentiel de l'alinéa *a*) du paragraphe (2)? Je ne vois pas pourquoi c'est nécessaire. Ce paragraphe se lit ainsi qu'il suit:

> (2) Aucun distributeur ne doit, directement ou indirectement, par entente, menace, promesse ou par quelque autre moyen, obliger ou induire ou tenter d'obliger ou d'induire toute autre personne à revendre un article ou une denrée
>
> *a*) à un prix spécifié par le distributeur ou établi par entente.

La Commission MacQuarrie a dit que les négociants ne pouvaient ni prescrire ni imposer un prix minimum mais que cela ne voulait pas dire qu'ils ne pouvaient pas vendre à ce prix. Comment avez-vous exprimé ce vœu dans l'avant-projet?—R. La Commission MacQuarrie, à la page 22, sous le vœu n° 2, troisième phrase, a dit ceci:

> Il ne faut pas oublier que la fixation d'un prix spécifique de revente comporte inévitablement la fixation d'un prix minimum.

Tout cela est parfait quand il s'agit de la rédaction d'un rapport, mais le fait est qu'en vertu surtout de la réglementation établie par la Commission des prix et du commerce en temps de guerre, trois classifications avaient été reconnues: un prix maximum, un prix minimum et un prix maximum-minimum ou prix fixé. Il me semble donc que pour donner une forme législative à cette idée, il vous faut reconnaître cette division en trois parties et examiner en particulier le prix fixé et aussi le prix minimum.

D. Je comprends...

Le PRÉSIDENT: S'il n'y a pas d'autres questions, j'aimerais faire observer que personne n'a formellement proposé que l'avant-projet soit publié en appendice à nos délibérations d'aujourd'hui.

M. CROLL: Je le propose, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Tous ceux qui sont en faveur...

(Adopté.)

J'ajoute que le conseiller juridique et les fonctionnaires de la division des enquêtes sur les coalitions sont maintenant à la disposition du comité et le Président du Sénat a eu l'obligeance de réserver à leur usage la salle n° 534 dans l'aile du Sénat. Le numéro de téléphone est 2690. Tout membre du comité est libre de recourir à leurs services, dès que nous commencerons à recevoir des mémoires.

L'honorable M. Garson m'a prié de vous dire que les fonctionnaires de la division des enquêtes sur les coalitions sont à la disposition de tout membre du comité qui aimerait éclaircir avec eux quelque point sur lequel il n'est pas sûr.

M. CROLL: Je propose l'ajournement.

Le PRÉSIDENT: La prochaine réunion aura lieu le mardi matin 20 novembre à 10 heures et demie, alors que nous entendrons les délégués du Congrès canadien du travail.

Le comité s'ajourne.

APPENDICE A

Loi modifiant la loi des enquêtes sur les coalitions.

Sa Majesté, sur l'avis et du consentement du Sénat et de la Chambre des communes du Canada, décrète:

1. La loi des enquêtes sur les coalitions, chapitre vingt-six des Statuts revisés du Canada, est modifiée par l'insertion, immédiatement après l'article trente-sept, de l'article suivant:

Définition: "marchand".

37A. (1) Dans le présent article, l'expression "marchand" signifie une personne dont les opérations consistent à fabriquer, fournir ou vendre quelque article ou produit.

Fixation du prix de revente.

(2) Nul marchand ne doit, directement ou indirectement, par entente, menace, promesse ou quelque autre moyen, astreindre ou engager une autre personne, ni tenter d'astreindre ou d'engager une autre personne, à revendre un article ou produit

a) à un prix spécifié par le marchand ou établi par entente,

b) à un prix non inférieur à un prix minimum spécifié par le marchand ou établi par entente,

c) moyennant une majoration spécifiée par le marchand ou établie par entente, ou

d) moyennant une majoration non inférieure à une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente,

que cette majoration ou ladite majoration minimum soit exprimée comme pourcentage ou autrement

Refus de vendre ou de fournir des marchandises.

(3) Nul marchand ne doit refuser de vendre ou de fournir un article ou produit à une autre personne pour le motif que celle-ci

a) a refusé de revendre ou d'offrir en revente l'article ou le produit

(i) à un prix spécifié par le marchand ou établi par entente,

(ii) à un prix non inférieur à un minimum spécifié par le marchand ou établi par entente,

(iii) moyennant une majoration spécifiée par le marchand ou établie par entente, ou

(iv) moyennant une majoration non inférieure à une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente, ou

b) a revendu ou offert de revendre l'article ou le produit

(i) à un prix moindre qu'un prix ou un prix minimum spécifié par le marchand ou établi par entente, ou

(ii) moyennant une majoration inférieure à une majoration ou une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente.

Sanction pénale.

(4) Quiconque enfreint le paragraphe deux ou le paragraphe trois est coupable d'un acte criminel et encourt, sur condamnation, une amende d'au plus dix mille dollars ou un emprisonnement de deux ans, ou, s'il s'agit d'une corporation, une amende d'au plus vingt-cinq mille dollars.

Enquête.

(5) Le Commissaire a qualité pour ouvrir et conduire une enquête sur toute semblable matière en vue de décider si le présent article a été

enfreint ou de décider si l'on est à enfreindre ledit article et pour présenter en l'espèce un rapport écrit au Ministre. A ces fins, le Commissaire a les pouvoirs, l'autorité, la juridiction et les devoirs que la présente loi, y compris les articles seize et dix-sept, lui attribue en ce qui concerne une enquête sur la question de savoir si une coalition existe ou est en cours de formation.

Rapport.

(6) Le rapport d'une enquête prévue par le présent article doit être traité de la même manière qu'un rapport d'enquête ou d'investigation aux termes de la présente loi sur la question de savoir si une coalition existe ou est en cours de formation.

2. La partie du paragraphe deux de l'article trente-neuf-A de ladite loi, qui précède l'alinéa *a*), est abrogée et remplacée par ce qui suit:

(2) Dans une poursuite en vertu de l'article trente-deux ou *trente-sept-A* de la présente loi ou sous le régime de l'article quatre cent quatre-vingt-dix-huit ou de l'article quatre cent quatre-vingt-dix-huit-A du Code criminel.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES
POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 2

SÉANCE DU MARDI 20 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. Eugène Forsey, D.Ph., directeur des Recherches, et M. H. A. Chappell, secrétaire-trésorier suppléant du Congrès canadien du Travail.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DU ROI POUR LE GOUVERNEMENT DU CANADA
1952

PROCÈS-VERBAL

Le 20 NOVEMBRE 1951

Le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des Communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin, sous la présidence de M. James Sinclair, député, président conjoint.

Aussi présents:

Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Fogo, Golding, Hawkins, Horner, Lambert.

Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harrison, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), Shaw Stuart (*Charlotte*), Thatcher, Welbourn.

Également présents: M. Eugène Forsey, D. Ph., directeur des Recherches, et M. H. A. Chappell, secrétaire-trésorier suppléant, Congrès canadien du Travail.

L'honorable M. Garson explique les raisons de la ligne de conduite qu'on a suivie en soumettant au Comité un projet de loi fondée sur les vœux contenus dans le Rapport intérimaire de la Commission chargée d'étudier la législation sur les coalitions.

Il est convenu que les séances du Comité seront fixées, le mercredi, à 3 heures et demie de l'après-midi.

M. Forsey est appelé; il dépose, au nom du Congrès canadien du Travail, un mémoire figurant comme *Appendice A* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour, puis il est interrogé à ce sujet.

M. Chappell est appelé et interrogé.

Les témoins se retirent.

A 1 h. 05 de l'après-midi le Comité s'ajourne au mercredi 21 novembre, à 3 heures et demie de l'après-midi.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS

TÉMOIGNAGES

Le 20 NOVEMBRE 1951,

10 heures et demie

Le PRÉSIDENT: Il est 10 heures et demie et nous formons quorum, messieurs, nous ouvrons la séance?

M. FULTON: J'invoque la question de privilège; avant que vous donniez la parole au témoin, ce matin, j'aimerais parler d'une question qu'on a discutée lors de la dernière séance et qui est restée en suspens jusqu'au retour du ministre. Il s'agissait de savoir si le projet de loi que M. MacDonald nous a présenté à notre dernière réunion était rédigé dans les mêmes termes que la mesure que le Gouvernement avait étudiée. Vous avez dit que, comme on le voit consigné à la page 15 de nos procès-verbaux, il est parfaitement dans les règles de poser cette question au ministre.

A mon avis, c'est important puisqu'une grande partie de nos délibérations porteront sur le projet de loi que M. MacDonald a présenté, — je crois qu'il est important de savoir qu'il s'agit d'une question déjà étudiée par le Gouvernement comme le souligne le discours du trône.

Je vois que le ministre est ici et je lui pose la question. Je suis bien sûr que M. Garson a eu l'occasion de voir le texte présenté par M. MacDonald et je demande si c'est le même que celui du projet de loi qu'envisageait le cabinet et qui a été mentionné dans le discours du trône.

L'hon. M. GARSON: Je dois d'abord m'excuser de n'avoir pas assisté à notre dernière réunion; j'avais malheureusement, à Toronto, un rendez-vous pris depuis quelque six mois et je ne pouvais pas y manquer. A mon retour, j'ai lu dans le hansard le compte rendu des débats et en particulier cette question de mon honorable ami. Si ce n'est pas prendre trop de temps, je devrais peut-être expliquer, en quelques mots, comment on procède au juste, en général, pour préparer un projet de loi.

Prenons d'abord comme exemple le cas à l'étude. En premier lieu, nous avons étudié, au cabinet, le rapport MacQuarrie, en vue d'établir une politique à suivre. Si comme c'est arrivé ici, la décision est favorable,—ce qui peut n'être qu'une attitude sujette à révision,—elle peut suffire à nous justifier de demander au rédacteur de consacrer le temps et l'attention voulus à la préparation de l'avant-projet de loi en question.

A titre de membre du cabinet, dont les délibérations sont non seulement confidentielles mais secrètes, je fais part de la décision, par l'entremise du sous-ministre, au rédacteur des lois du ministère, qui commence alors à rédiger ce qu'il croit la loi qui conviendrait. Il peut préparer un ou deux avant-projets, ou même une demi-douzaine ou plus, avant d'être convaincu d'avoir un texte correspondant d'une façon satisfaisante à l'exposé législatif de la politique arrêtée. Puis il soumet son texte au sous-ministre, qui le vérifie et, s'il l'approuve, me le transmet; après l'avoir lu, si je suis convaincu qu'il correspond exactement à cette politique, je le présente au cabinet. Sinon, nous pouvons avoir une ou deux conférences, ou davantage, entre fonctionnaires du ministère, afin de nous assurer que la loi dont nous préparons l'avant-projet correspond en réalité à la politique arrêtée par le Gouvernement.

Tout cela se passe avant que le cabinet ait même vu l'avant-projet. Quand celui-ci est soumis aux membres du cabinet, ils l'étudient article par article et, s'il est accepté, tout va pour le mieux. Si le texte n'est pas accepté.

le cabinet peut alors instituer un sous-comité chargé de l'approfondir, ou me le rendre en me priant d'en faire étudier et peut-être rédiger de nouveau certains articles. L'avant-projet revient donc soit au sous-comité du cabinet, soit au ministère de la Justice afin que l'un ou l'autre revise surtout les articles à remanier, et cela jusqu'à ce que nous obtenions un projet de loi que le cabinet puisse accepter intégralement.

J'ai des citations dans ce sens, si vous voulez les entendre; mais il est bien évident que toutes ces délibérations, ayant essentiellement le caractère de discussions au sein du cabinet, conformément aux avis que lui donnent les conseillers confidentiels du cabinet, ne sont pas seulement confidentielles, mais secrètes. Je manquerais à mon serment de ministre du cabinet si j'en divulguais une seule.

Dans le cas présent, j'ai déjà exposé à la Chambre quelle a été notre attitude. Comme le mentionne le discours du trône,—inutile de citer le passage, vu que la plupart des membres du Comité, je crois, le connaissent bien,—nous avons reçu le rapport de la Commission MacQuarrie et nous l'avons approuvé au point d'annoncer dans le discours du trône que nous allions présenter un projet de loi qui s'en inspirerait.

Je ne puis vous révéler ce qui s'est passé plus tard à l'égard du rôle joué par les conseillers juridiques et ainsi de suite, mais vous vous imaginez bien que, comme c'est l'habitude quand il s'agit de telles questions, des hommes comme M. MacDonald, le rédacteur, M. Varcoe et moi-même, nous avons dû étudier ce problème assez longtemps, et que, si nous avons procédé comme on le fait généralement, des avants-projets de cette loi ont été préparés à cette fin. Tout en étudiant ces avant-projets, nous avons reçu d'une foule de marchands particuliers, de certaines associations de commerce, de fabricants particuliers et de l'association des manufacturiers, les exposés de faits dont j'ai déjà parlé au cours de mes observations à la Chambre des communes. Nous avons dit à ces messieurs qu'avant de prendre une décision à l'égard de la forme définitive que prendrait le projet de loi reflétant la politique du Gouvernement, nous leur donnerions l'occasion de se faire entendre, afin de connaître leurs points de vue, non pas d'une façon guindée comme il arrive au cours de délibérations d'une commission et sous forme d'un rapport concis et préparé d'avance, mais formulés spontanément de leur propre bouche; et que nous inviterions à nous exposer leurs vues non seulement ceux qui s'opposent, comme ils disent, au maintien des prix de revente, mais aussi ceux qui le préconisent. De plus, vu que l'opinion publique s'est à peine prononcée à l'égard de cette question parce que les délibérations de la Commission MacQuarrie ont eu lieu à huis clos, nous avons dit qu'il serait beaucoup plus souhaitable à bien des égards que tous les exposés à faire par les personnes intéressées fussent formulés devant un comité parlementaire où seraient admis les journalistes et le public et où d'autres personnes pourraient les entendre, au lieu d'être communiqués au Gouvernement privément.

C'est à cette fin que nous avons proposé une résolution tendant à l'institution du présent Comité. Nous avons pensé qu'à titre de membres du Gouvernement, ayant clairement fait part de notre politique dans le discours du trône, nous ne devions pas nous prononcer à l'égard de la forme à donner au projet de loi avant d'avoir l'avantage de lire,—je vais les entendre moi-même, mais mes collègues auront à les lire ou à entendre mes comptes rendus,—les témoignages donnés devant le présent Comité. Ils auront aussi l'avantage de connaître les opinions des divers membres du Comité, où sont représentés tous les partis de la Chambre, sur ce que le Comité considérerait comme la meilleure mesure à adopter. J'avais cru réussir à exposer tout cela très clairement dans mes observations à la Chambre des communes; j'ai eu le regret de constater que certains membres du Comité m'ont apparemment mal compris; en vue de

motiver mon attitude, qu'on me permette, monsieur le président, de donner lecture des observations que j'ai formulées, comme en fait foi la page 698 du hansard du 2 novembre 1951:

> Devant cette proposition précise et concrète, bon nombre de marchands, de fabricants et de dirigeants de plusieurs associations industrielles ou commerciales représentatives ont prié le Gouvernement de leur fournir l'occasion de témoigner devant lui ou devant une commission parlementaire. Le Gouvernement a jugé qu'il devait acquiescer à leur demande. Toutefois, il croit préférable à bien des égards que ces témoignages soient rendus devant une commission parlementaire mixte, où le public et les journalistes soient admis, afin que les renseignements soient mis à la portée de tous les intéressés, y compris les membres de la Chambre. La commission mixte sera donc chargée d'étudier le rapport intérimaire de la commission MacQuarrie ainsi que les modifications qu'il y a lieu d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions en se fondant sur les conclusions du rapport.

Mes honorables amis se souviendront que la veille du jour où j'ai formulé ces observations à la Chambre des communes M. Coldwell a soulevé certaines questions. Il a protesté contre le fait que nous n'avions pas ajouté en appendice à la résolution qui a été soumise à l'étude du comité le texte intégral de l'avant-projet du bill. En plus de ces raisons que j'ai déjà exposées au Comité, il y en avait une autre qui nous en empêchait. Nous y avions songé, mais en délibérant avec les fonctionnaires de la Chambre des communes, nous avons découvert qu'avant la présentation ou l'étude d'un projet de loi à la Chambre des communes, le Gouvernement n'avait jamais créé le précédent de proposer une résolution en y ajoutant le texte complet du projet de loi auquel elle se rattachait pour soumettre une telle question à un comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes. Ce que nous aurions peut-être pu faire, et nous en avons trouvé un précédent en remontant jusqu'à 1892, c'eût été de présenter un projet de loi et de lui faire subir sa première et sa deuxième lecture avant de le renvoyer à un tel comité mixte. Nous aurions alors été liés par le principe dont s'inspire le bill, et nous aurions demandé à tous les membres de la Chambre de s'y restreindre eux-mêmes, avant même d'avoir entendu un seul témoignage à cet égard, ce qui ne semblait pas raisonnable dans les circonstances. Aussi, lorsque M. Coldwell a soulevé cette objection, voici ce que j'ai dit, et il me semble que c'est très clair:

M. Coldwell a demandé: "La mesure sera-t-elle étudiée à la Chambre?" M. Knowles a ajouté: "Ainsi que le discours du trône le donne à entendre?" Et j'ai répondu ce qui suit:

> Pour ce qui est de la dernière question, j'espère qu'au début de ses délibérations le comité recevra du ministère de la Justice un avant-projet de loi qu'il pourra étudier en même temps que le rapport.

C'est exactement ce qui s'est fait ici. Vu mon absence, je dois dire que je n'y étais pour rien, mais je crois que c'était très sage de le faire, pour cette simple raison: je ne sais pas ce que vous, messieurs, en pensez, mais quant à moi j'ai toujours trouvé que l'avant-projet d'une loi aide beaucoup, dans son texte provisoire plutôt que définitif, à peser le pour et le contre d'une politique à élaborer; il me semble que le fait d'avoir sous les yeux cet avant-projet élucide l'objet de cette politique. Le cabinet ayant suspendu l'étude de la forme définitive à donner à l'avant-projet du bill jusqu'à ce que notre Comité fît son rapport, je me trouvais donc, messieurs, dans l'impossibilité de soumettre un avant-projet du bill, même si mon serment d'office ne m'en avait pas empêché. Mais je ne crois pas, en toute déférence, que ce soit le moindrement de nature à nuire aux délibérations du Comité. Vous avez ici un projet

de loi qui a été présenté par M. MacDonald lors de la dernière réunion. Or voici jusqu'à quel point je puis vous éclairer. Je ne crois pas qu'il ressemble exactement à aucun autre avant-projet déjà étudié à l'égard de cette question, mais je puis également vous dire qu'à mon avis il reflète assez fidèlement sous une forme législative les vœux de la Commission. S'il n'y avait pas d'autres témoignages à entendre et de nature à changer votre opinion, l'adoption du projet de loi présenté par M. MacDonald serait, je crois, conforme aux termes de votre résolution, l'expression fidèle du rapport de la Commission MacQuarrie. Autrement dit, à titre d'avocat, j'approuve l'avant-projet de M. MacDonald.

Je dirai de plus et pour terminer que nous avons ici le rapport de la Commission MacQuarrie qui formule deux recommandations explicites. Je sais que mon honorable ami de Kamloops, avocat et homme de bon sens, se rendra compte que lorsque nous avons deux simples...

M. CROLL: Quel titre!

L'hon. M. GARSON: J'ai ajouté le second afin qu'il ne subsiste aucun doute... l'honorable député se rendra compte que lorsque vous étudierez deux recommandations assez simples, une fois revêtues de leur forme législative appropriée, il n'y aura pas la moindre différence essentielle entre cet avant-projet et tout autre qu'on pourrait soumettre à sa place.

M. FULTON: Je suis convaincu que le Comité sait gré au ministre de la Justice de son explication élaborée et complète. Je crois que la réponse à la question s'est manifestée à la dernière minute ou à peu près, quand le ministre a dit que l'avant-projet dont nous sommes actuellement saisis n'est pas le même que tout autre qu'on a pu étudier. C'est la question que j'avais posée: cet avant-projet est-il le même que la mesure étudiée par le cabinet? Cette question s'est posée à l'occasion du passage que le ministre a mentionné quand on lui a demandé, le 1er novembre, si l'on devait comprendre que la résolution contenue dans les *Procès-verbaux* du 31 octobre, demandant à la Chambre d'approuver l'institution d'un comité chargé d'étudier le rapport provisoire sur la législation en matière de coalitions, remplace l'allusion du discours du trône visant l'étude que nous ferons de la législation; il y a aussi la dernière question qui lui a été posée et qu'on trouve à la page 637: la mesure,—c'est-à-dire celle que le Gouvernement avait prévue,—sera-t-elle soumise à l'étude de la Chambre? Le ministre a répondu: "J'espère qu'au début de ses délibérations le comité recevra du ministère de la Justice un avant-projet de loi." Toutes ces questions et réponses visaient évidemment le projet de loi dont le Parlement était alors saisi. C'est pourquoi je demande si la mesure que nous étudions actuellement, et que M. MacDonald a rédigée, est la même que celle qu'a étudiée le cabinet; on nous a maintenant répondu que ce n'est pas la même que celle qu'a étudiée le cabinet. C'est le point que je voulais souligner.

L'hon. M. GARSON: Mon honorable ami sait qu'aucun projet de loi émanant du cabinet n'a la moindre importance avant que l'avant-projet définitif en soit rédigé dans sa forme décisive comme reflétant la politique du Gouvernement. Toutes les autres mesures préliminaires ne consistent qu'en écritures ou instruments qui servent à préparer un texte définitif.

M. MACINNIS: Puis-je demander si l'avant-projet dont nous avons été saisis jeudi tombe dans la même catégorie, c'est-à-dire s'agit-il d'une mesure dont le texte n'est pas définitif?

L'hon. M. GARSON: Certainement.

M. BEAUDRY: Ce qu'on spécifie...

Le PRÉSIDENT: Messieurs, à l'ordre! M. MacInnis a la parole. Monsieur MacInnis?

M. MACINNIS: Voici ma question: l'avant-projet qu'on nous a soumis jeudi n'en était-il pas un qui n'avait pas la sanction officielle?

L'hon. M. GARSON: C'est certainement exact. C'est un brouillon, un instrument propre à faire l'objet des délibérations du Comité et préparé par un homme très compétent dans ce domaine.

M. MACINNIS: Je n'en doute pas.

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. MACINNIS: Mais le ministre ne l'a pas vu avant que nous en soyons saisis, n'est-ce pas?

L'hon. M. GARSON: Non.

M. MACINNIS: Ce n'est pas un document qui fait autorité.

L'hon. M. GARSON: C'est exact.

M. THATCHER: La réponse à la question de M. Fulton est-elle "oui", "non" ou "rien à répondre"?

M. FULTON: La réponse, c'est "non, ce n'est pas le même".

Le PRÉSIDENT: M. Thatcher a posé sa question à M. Garson et non pas à M. Fulton.

M. FULTON: Les membres du parti ministériel peuvent s'en tirer, mais non pas les membres de l'opposition.

Le PRÉSIDENT: Un instant. Mieux vaut régler la question dès maintenant. J'espère pouvoir maintenir l'ordre ici. A la dernière réunion, j'ai été très sévère à l'égard de M. Thatcher, au sujet de telles interruptions. Quand M. MacInnis a été interrompu, j'ai empêché M. Beaudry de parler. Je tiens à être juste. On a posé une question à M. Garson et M. Garson peut y répondre.

L'hon. M. GARSON: Mon honorable ami de Kamloops, qui est parfois très ingénieux devant de tels problèmes, m'a posé une question plutôt indiscrète. Il m'a demandé si l'avant-projet que M. MacDonald a soumis au Comité est le même qu'un autre avant-projet qui n'existe pas. Pourquoi n'existe-t-il pas? C'est qu'au cours des délibérations qui ont eu lieu au ministère de la Justice et au Comité, on peut avoir 25 avant-projets de différente nature et rendus à divers stades, comme il arrive quand il s'agit d'une mesure complexe. Mais la seule chose qu'on peut considérer de quelque façon comme expression de la politique du Gouvernement, c'est la décision finale, l'avant-projet officiel qu'on présentera comme conforme à la politique du Gouvernement. Et je crois avoir déjà exposé clairement qu'à l'égard de ce cas en particulier, au cours de notre étude de la forme législative à donner au rapport de la Commission MacQuarrie, nous avons atteint cette phase où l'on nous a demandé d'entendre d'autres exposés de faits avant de prendre une décision définitive à ce sujet. C'est pour cette raison importante que nous n'avons pris aucune décision à cet égard. A la Chambre des communes, nous avons annoncé en toute franchise que nous n'en prendrions pas avant que ces faits soient exposés au Comité et que, quand nous aurions un exemplaire du rapport du Comité et une copie des témoignages, nous la prendrions alors et pas avant. Mon honorable ami m'a donc demandé: l'avant-projet de M. MacDonald est-il le même que quelque chose qui n'existe pas? Oui ou non? La réponse, c'est qu'aux termes de la question de mon honorable ami, il n'existe rien auquel peut se comparer même de loin l'avant-projet de M. MacDonald.

M. FLEMING: Le ministre ne pourrait-il pas résumer la question de la façon suivante, qui correspondrait, à mon avis, à la réalité: est-il vrai que ni lui-même ni le Gouvernement n'a annoncé une politique ou pris quelque responsabilité à l'égard du bill qui est imprimé aux pages 34 et 35 de nos délibérations?

L'hon. M. GARSON: Je suis heureux que mon honorable ami ait soulevé la question et je ne veux pas prendre trop de temps à y répondre. Je tiens à souligner que le Gouvernement n'abdique pas ses responsabilités d'aucune façon en déférant cette question au Comité qui entendra des exposés de faits et en recevant des propositions des membres du Comité touchant des modifications souhaitables. Le Gouvernement aurait très bien pu entendre à huis clos ces exposés de faits et en tenir compte dans toute question de politique législative à présenter. Il a préféré ne pas le faire, et le Gouvernement, bien qu'il ne puisse certainement assumer aucune responsabilité à l'égard du texte de cet avant-projet que je n'ai pas vu avant mon retour de Toronto, sans parler de tout autre membre du Gouvernement, prendra toutes ses responsabilités après que ces faits auront été exposés au Comité et que le Comité aura présenté son rapport. A la lumière de ces exposés de faits et de toutes autres questions, le Gouvernement prendra la responsabilité soit d'adopter ce que le Comité considère une loi opportune, soit à la lumière du rapport du Comité et des témoignages qu'il a entendus, de rédiger de son propre chef la mesure voulue.

M. THATCHER: Je me demande si le ministre répondrait oui ou non à cette question?

Le PRÉSIDENT: Il vaut peut-être mieux revenir à la façon dont cette loi a été amorcée. J'ai demandé au commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions de rédiger un texte législatif conforme aux vœux de la Commission MacQuarrie dont nous sommes saisis, afin que nous ayons une base sur laquelle commencer nos travaux. Je crois que nous nous sommes beaucoup éloignés de l'objet de nos premières délibérations. J'ai proposé cette idée au Comité et lui ai demandé s'il le préférait ainsi ou non; le Comité a décidé qu'il aimerait l'avoir en eppendice et comme base de travail.

M. FLEMING: Puis-je soulever brièvement un autre point, au sujet des réunions de notre comité? Je l'ai déjà fait au cours d'une séance antérieure. Il s'agit des inconvénients que présente le chevauchement des réunions. Un autre comité qui se considère important est convoqué pour onze heures, ce matin. Il s'agit du comité de la radiodiffusion. Avez-vous eu l'occasion de vous entendre avec lui sur la question des séances, afin de prévenir tout chevauchement? Je crois qu'il y a aussi d'autres comités qui se réunissent.

Le PRÉSIDENT: Je n'ai pas vu le président du comité de la radiodiffusion, mais j'ai parlé au *whip* en chef du Gouvernement. Comme je l'ai signalé à la Chambre, on m'a dit que notre Comité avait toute préséance, car le Gouvernement désire obtenir notre rapport avant la fin de la présente session. Vous vous réjouirez de constater que nos délibérations s'impriment rapidement,—ils nous arrivent aussi vite que le hansard est distribué aux membres de la Chambre des communes. On m'a dit de convoquer nos réunions aux heures qui nous conviendraient le mieux et, à mon avis, c'est à 10 heures et demie, les lundis, mardis, jeudis et vendredis. Nous pourrons décider si elles auront lieu à 3 heures 15 ou à 3 heures et demie les mercredis,—cela dépendra évidemment des travaux de la Chambre.

M. FLEMING: Trois heures et demie le mercredi.

Le PRÉSIDENT: L'autre comité important actuellement chargé d'étudier des lois, c'est le comité des chemins de fer. Il n'y a pas de chevauchement à l'égard des membres dont se composent ces deux comités, bien qu'il y en ait un peu, je crois, entre le nôtre et un ou deux autres comités. Si les autres comités se rendent compte que nos heures de séance ont été fixées, ils peuvent déterminer leurs heures de façon à prévenir tout chevauchement.

M. FLEMING: Le comité de la radiodiffusion se trouve aux prises avec la même difficulté, car il est également chargé d'étudier des lois. J'espérais au moins que, si notre comité doit jouir de la priorité, le président du comité de la

radiodiffusion eût cru opportun d'en fixer en conséquence les heures de réunion. On ne l'a pas fait ce matin et il a convoqué ses membres pour 11 heures. Quand je m'y rendrai, je pourrais leur faire part de la discussion échangée ici ce matin à ce sujet.

Le PRÉSIDENT: Oui.

M. CROLL: Monsieur le président, j'ai une proposition à formuler. Il me semble que les membres de notre comité ne savent pas grand chose sur la division des enquêtes sur les coalitions. Il serait peut-être utile au Comité d'obtenir de cette division quelques renseignements sur le nombre d'employés dont se compose son personnel, sur la nature de leurs devoirs, et ainsi de suite, ce qui nous donnerait une idée de leurs attributions et de leur compétence à l'égard de certains genres de travaux.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Croll, le commissaire des coalitions a comparu devant nous à la dernière réunion et j'avais souhaité l'entendre parler de ces questions, mais nous avons tellement discuté celle du projet de loi qu'il n'est pas resté de temps pour l'inviter à nous en parler à l'avantage du Comité. Nous pourrions l'inviter à revenir, à un moment propice, nous exposer toute la question des fonctions et des attributions de son personnel. Nous pourrions le convoquer à titre de témoin.

M. FLEMING: Nous pourrons plus tard l'inviter de nouveau.

Le PRÉSIDENT: Oui, peut-être un matin où le témoin convoqué ne prendra pas tout le temps de la séance; nous pourrions l'inviter à venir nous donner ces renseignements durant le temps qui restera.

L'hon. M. LAMBERT: Avons-nous des témoins à entendre aujourd'hui?

Le PRÉSIDENT: Oh, oui!

L'hon. M. LAMBERT: Je propose que durant cette audience, on ne discute, si possible, aucune autre question.

Le PRÉSIDENT: Messieurs les membres du Comité, le premier à témoigner devant nous est un représentant du Congrès canadien du travail. Au nom du comité, je crois devoir dire que nous lui savons gré d'avoir si vite répondu à notre convocation. Vous le savez, nous avons tous à cœur de voir les délibérations du Comité se terminer aussi vite que possible et de préparer cette loi pour la Chambre. Aussi vous sommes-nous reconnaissants, monsieur Mosher, de vous voir prêt à parler dès ce matin. Qui avez-vous choisi, monsieur Mosher, pour parler en votre nom?

M. MOSHER: M. Forsey.

Le PRÉSIDENT: Nous allons maintenant demander à M. Forsey de prendre la parole. Vous remarquerez que j'ai séparé le témoin de son avocat; je les ai placés assez loin l'un de l'autre afin qu'ils soient forcés de parler assez fort pour que nous entendions tout ce qu'ils ont à dire. M. Phelan, notre avocat en chef, dirigera l'interrogatoire; quand il aura terminé ses observations, tout membre du comité pourra poser des questions au témoin. En écrivant aux divers témoins, nous leur avons proposé de soumettre leur mémoire sans le lire, mais si le témoin tient à en donner un bref résumé, il peut le faire avant l'interrogatoire.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, avant d'interroger M. Forsey, puis-je vous signaler le fait que les alinéas 2 et 3 du mémoire dont nous sommes saisis déclarent...

Le PRÉSIDENT: Monsieur Beaudry, je crois très injuste de poser des questions avant que le témoin ait le temps de faire son exposé ou que l'avocat ait terminé son contre-interrogatoire. Peut-être pouvez-vous différer vos questions, monsieur Beaudry, jusqu'à ce que l'avocat ait terminé?

M. BEAUDRY: Très bien, monsieur le président.

M. Eugene A. Forsey, D.Ph., directeur des recherches, Congrès canadien du travail, est appelé.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, messieurs les membres du Comité, si je comprends bien, vous désirez que je résume brièvement le mémoire que vous avez en mains. Je crois pouvoir le faire en très peu de temps. D'abord, nous regrettons que le court délai que nous avons eu pour le préparer en fasse un document moins parfait que nous l'aurions souhaité. De plus, je tiens à préciser que le Congrès ne considère pas cette loi comme très importante et il ne croit pas qu'elle influe considérablement sur le coût de la vie. Nous sommes franchement d'avis que la loi des enquêtes sur les coalitions, prise dans son entier, n'est pas un moyen efficace de toucher les monopoles ou les prix élevés. C'est l'attitude que nous avons souvent prise et nous ne nous en départissons pas. Nous sommes portés à croire qu'il en est ainsi, même dans une plus grande mesure, du présent projet en particulier. Je me suis permis de citer, dans le mémoire, une observation de M. Johnson, qui comparait un certain geste au fait "d'allumer une chandelle d'un sou à Dover pour éclairer Calais". Cependant, puisque l'on croit que c'est la seule nouvelle mesure législative, ou plutôt que le projet dont faisait mention le discours du trône était la seule nouvelle mesure législative que le Gouvernement se proposait de présenter pour régler le problème des prix élevés ou croissants, notre attitude, c'est d'être reconnaissants des moindres bienfaits.

Le mémoire signale ensuite que la fixation des prix de revente n'est pas chose nouvelle au Canada. On en parle dans le rapport présenté par l'Association des marchands de spécialités, dans le rapport visant la coalition du tabac, dans le rapport visant la coalition relative aux fournitures dentaires, dans le rapport sur la coalition relative aux articles de lunetterie, dans le rapport sur l'industrie boulangère de l'Ouest et dans le rapport sur la coalition des allumettes. Dans quatre de ces rapports, ceux qui visent l'Association des marchands de spécialités, les tabacs, les articles de lunetterie, et, enfin, les allumettes, on signalait clairement que le problème spécial que pose la fixation des prix de revente par des fabricants particuliers, était de la plus haute importance. Évidemment, la question de la fixation des prix de revente par une association relève déjà, sauf erreur, de la loi, mais la question de voir un fabricant en particulier fixer les prix de revente n'en relève pas; et, si j'ai bien compris, c'est ce problème-là que vous avez surtout à étudier. Puis notre mémoire cite des passages pertinents du rapport préparé en 1949 par la Commission royale sur les prix; il invoque également le rapport de la Commission royale, en 1935, sur l'écart des prix. Voici quel est, en substance, notre rapport: d'abord, la fixation des prix de revente restreint la concurrence et devient suspecte dès qu'on tient compte de la politique de l'État dont s'inspire la loi des enquêtes sur les coalitions; en second lieu, c'est aux défenseurs de ces pratiques d'en démontrer les bienfaits. Une très grande partie de notre mémoire se compose de citations puisées dans le livre blanc publié par l'ancien gouvernement britannique sur la fixation des prix de revente; nous faisons nôtres, en général, les arguments qui y sont exposés. Le document déclare avant tout que les frais qu'implique le commerce varient considérablement d'une fabrique à l'autre, qu'on fournit des services différents et que les prix doivent normalement s'en ressentir dans leurs niveaux différents; d'après ce document, ce n'est pas une réponse à donner quand on prétend que même en fixant des prix de détail les marchands peuvent se faire concurrence par leurs services, en assurant des services auxquels le consommateur ne tient pas et dont il préférerait se priver plutôt que d'en payer les frais; le document dit encore que l'effet de la fixation des prix de revente est de restreindre la concurrence entre marchands, de retarder les améliorations des services offerts par

les marchands de détail, car il est interdit au marchand débrouillard de couper le prix de ces articles quand il a été fixé et il n'y a donc plus d'intérêt pour l'autre marchand à fournir le rendement auquel a pu atteindre le premier.

L'autre raison de s'opposer au principe en général, c'est que les prix qui sont fixés le sont entièrement par des particuliers d'après un système qu'on pourrait appeler un régime de droit privé qui leur est personnel et qui ne relève actuellement d'aucune loi publique. Ce document britannique énumère ensuite un certain nombre de réponses justifiant l'attitude qu'il prend. La première réponse pourrait se résumer, je crois, dans l'argument classique du chasseur de renards contre ceux qui s'opposent à la chasse aux renards: "les renards aiment cela." Tout étonnante qu'elle puisse paraître, la défense qu'on présente, c'est que les ménagères préfèrent la fixation des prix de détail parce qu'elles savent ce qu'elles auront à payer sans avoir à marchander à droite et à gauche. Cela me paraît inadmissible. Je partage entièrement l'opinion formulée par le gouvernement britannique à ce sujet, c'est-à-dire qu'il semble improbable qu'en réalité les ménagères préfèrent un régime de prix imposés à celui qui leur permet de découvrir des prix moins élevés, de trouver un magasin où l'on peut acheter des marchandises à meilleur marché que dans un autre. S'il faut parfois payer un dollar l'article qui se vend ailleurs 90c., il est assez douteux que la ménagère se plaigne d'être toute perdue et qu'elle préfère l'uniformité des prix afin de savoir à quoi s'en tenir et ce qu'elle aura à payer.

On prétend ensuite que les marques de fabrique et les prix imposés ne vont pas les uns sans les autres. C'est tout simplement faux. Puis il y a aussi l'autre argument; si l'on ne fixe pas les prix de détail, le consommateur doutera de la qualité de l'article estampillé qui se vend 90c. à un endroit et $1 à l'autre. Voici la réponse: tout consommateur se rend compte que, s'il s'agit de deux articles offerts par le même fabricant et présentés dans le même empaquetage, ils sont de même qualité. Il n'est vraiment pas exposé à s'inquiéter de la qualité d'un article qu'on lui offre à un prix moindre parce que le prix n'en est pas fixé par le fabricant, mais se trouve déterminé par le détaillant lui-même d'après ses propres frais.

Je crois qu'il est inutile de ressasser tous les arguments énumérés par les tenants de cette pratique, mais je veux en mentionner deux autres qu'on avance parfois. Dans un cas, on prétend que le prix de détail, le prix de revente imposé, a été inférieur à celui que le fabricant ou le détaillant aurait pu exiger du client ou lui extorquer, autrement dit, inférieur à celui que le client aurait consenti à payer. La réponse à cela, à mon avis, c'est que la mesure que recommandait la Commission MacQuarrie ne renfermait absolument rien de nature à empêcher le fabricant d'établir, s'il le veut, un prix de revente maximum que le détaillant ne pourrait dépasser. Personne ne s'y opposera, la Commission MacQuarrie ne le pourrait certainement pas et nous n'y voyons certainement pas d'objection. Ce à quoi nous nous opposons, c'est la fixation d'un prix minimum au détail qui empêche le détaillant de vendre à meilleur marché, quels que soient ses frais.

L'autre point, c'est celui qui vise l'article "sacrifié" et je crois que la réponse à cela, c'est que l'article vendu à perte n'est pas tellement important et que cet usage est maintenant moins répandu. En général, c'est plutôt une caractéristique des périodes où les marchands ont, sur leurs rayons, une abondance de marchandises dont ils doivent se débarrasser; mais, de nos jours, où à peu près tout le monde travaille et gagne pas mal d'argent, on est beaucoup moins tenté d'offrir des articles à perte. De plus, l'article "sacrifié", comme le document britannique le souligne, présuppose une série nombreuse de prix imposés; à

moins qu'il ne constitue un élément de comparaison qui mette en relief l'article "sacrifié" afin de tenter le consommateur, cet article laisse le client plutôt indifférent.

Nous parlons dans notre mémoire de l'orgie d'achats qui a eu lieu à New-York, l'été dernier, après que la Cour suprême des États-Unis eût déclaré nul et sans effet l'article visant les "non signataires" dans la loi sur les pratiques commerciales équitables; on a acheté, chez Macy's en particulier, je crois, un très grand nombre d'articles à des fractions diverses des prix fixés auxquels ils se vendaient auparavant.

Enfin, je tiens à lire le dernier alinéa de notre mémoire qui décrit clairement notre attitude:

"Le Gouvernement et le Parlement du Canada ont apparemment opposé un front d'airain à la réglementation des prix par l'État. Mais ils ont toléré depuis des années la régie privée des prix par des maisons d'affaires en particulier, "à huis clos", comme dit le document britannique, "et sans surveillance de la part des tribunaux ou du Parlement". Le Congrès pense qu'il est temps de mettre un terme à ce paradoxe. Si on ne peut y réussir en ayant recours à la réglementation des prix par l'État, dans l'intérêt public, qu'on en finisse en empêchant, ou en essayant d'empêcher, la régie privée des prix dans l'intérêt privé. Si nous devons avoir "l'entreprise libre", qu'elle soit réellement libre et réellement entreprenante, dans l'intérêt des détaillants et des consommateurs et non pas dans le simple intérêt des fabricants. Le Congrès répète qu'il n'a pas beaucoup confiance à l'efficacité d'essais en vue de rétablir la concurrence et de rendre à "l'économie libre" toute sa liberté. Mais c'est ce que veut apparemment le peuple. En tout cas, il a voté en ce sens. Il est certainement grand temps de le lui accorder, ou du moins d'essayer de le faire."

Le PRÉSIDENT: Merci, M. Forsey.

M. Phelan:

D. Monsieur Forsey, il pourrait être intéressant, pour le comité, d'avoir quelques renseignements sur vos connaissances et votre expérience personnelles dans le domaine économique.—R. Je suis depuis 1942 directeur des recherches au Congrès canadien du travail. Durant l'année précédente, j'étudiais à Harvard grâce à une bourse Guggenheim. Mes douze années antérieures ont été consacrées à l'enseignement des sciences économiques et politiques à l'Université McGill, où j'ai obtenu mon baccalauréat en sciences économiques et politiques et en littérature anglaise. Plus tard, j'obtenais de la même université ma maîtrise en sciences économiques et politiques, puis, en 1928, mon baccalauréat à Oxford, en philosophie, en sciences politiques et économiques. Plus tard, j'obtenais au McGill mon doctorat en science politiques.

D. De sorte que vous avez des connaissances assez étendues sur l'aspect théorique de l'économie politique?—R. Elles ne sont peut-être pas très vastes, mais j'en ai certainement quelques-unes.

D. Très bien. Actuellement, à peu près combien de membres compte le Congrès canadien du travail?—R. Mettons entre 325,000 et 350,000 membres; c'est un chiffre approximatif.

D. Pouvez-vous dire au Comité dans quelle mesure le mémoire traduit les opinions de vos membres? Est-il conforme aux vues de vos membres? —R. Oui, je crois pouvoir affirmer qu'il y est conforme. Le mémoire reflète l'opinion générale de nos membres, d'abord parce que nous nous sommes déjà prononcés en ce sens devant la Commission MacQuarrie; puis, la semaine dernière, encore, notre conseil exécutif réuni ici à Ottawa, adoptait une résolution énonçant en substance, mais d'une façon plus concise, les arguments que nous venons de présenter au présent Comité. Entre les congrès le conseil exécutif constitue notre plus haut organisme législatif et administratif. Il se

compose, avant tout, d'un comité exécutif, qui en est l'âme même ou le cabinet, si l'on veut, composé de 14 membres élus en congrès; de plus, le conseil exécutif compte environ 30 autres membres choisis par les divers syndicats affiliés. Par exemple, les ouvriers de l'acier sont représentés au conseil exécutif par des délégués que choisissent les ouvriers de l'acier; les ouvriers du catoutchouc élisent un délégué; les ouvriers des salaisons et d'autres syndicats font la même chose.

D. Nous pouvons donc prendre pour acquit que les opinions qu'on y trouve sont assez conformes aux vues de vos membres?—R. Oui, je le crois. De toute façon, nous n'avons eu aucune répercussion défavorable à la suite de l'exposé que nous avons soumis à la Commission MacQuarrie. A mon avis, on pourrait, à juste titre, qualifier le Conseil exécutif d'organisme représentatif de tous les syndicats affiliés du genre de ceux que j'ai mentionnés et dire qu'il exprime en substance le point de vue de ses membres.

D. Et j'imagine que ces 350,000 membres représentent dans l'ensemble le point de vue de la catégorie des consommateurs?—R. Pas tout à fait—non.

D. Quelle partie de ces 350,000 appartiendrait à la catégorie des consommateurs?—R. Oh, je vous ai mal compris. Naturellement, ce sont tous des consommateurs.

D. Vous pensez qu'il s'agit uniquement d'hommes appartenant à la catégorie des consommateurs?—R. Oui, ainsi que leurs femmes et leurs enfants.

D. Y a-t-il d'autres organisations syndicales d'envergure nationale qui poursuivraient les mêmes fins que la vôtre?—R. Oui, monsieur, plusieurs.

D. Voudriez-vous simplement les nommer?—R. D'abord, il existe le Congrès canadien des Métiers et du Travail, la plus vieille et la plus vaste organisation syndicale du pays d'envergure nationale.

D. Quel est, approximativement, le nombre de ses membres?—R. Pour autant que je m'en souvienne, il dépasserait le nôtre d'environ 100,000.

D. Ce qui le porterait à 450,000 environ?—R. 450,000 ou 475,000.

D. Et ses membres appartiendraient également à la catégorie des consommateurs?—R. Oui.

D. Nous avons encore le Congrès canadien du Travail,—et le Congrès des Métiers et du Travail; y en a-t-il d'autres?—R. Il y aurait également la Confédération des travailleurs catholiques du Canada, dont les membres se recrutent presque entièrement, sinon totalement, dans la province de Québec et sont, pour la plupart, Canadiens français.

D. Et quel en serait le nombre?—R. Il serait d'environ 90,000.

D. D'environ 90,000. Y en a-t-il d'autres encore?—R. Il existe, en plus, un organisme connu sous le nom de Comité législatif mixte des Confraternités de Cheminots, qui combine deux organisations affiliées au Congrès canadien des Métiers et du Travail, ainsi que quatre autres organisations de cheminots non affiliées; les chefs de trains, les machinistes, les mécaniciens, les chauffeurs et les chauffeurs-mécaniciens.

D. Je vois, et ils comprennent...—R. On les appelle "les Quatre Grands", et leurs organisations affiliées groupent environ 40,000 membres.

D. Ce sont là tous les groupements nationaux, n'est-ce pas?—R. Oui. Il y a encore un certain nombre de groupements internationaux non affiliés, dont la plupart ont été mis à la porte de notre syndicat parce qu'ils étaient inféodés de communisme. Ils comptaient de 40,000 à 50,000 membres.

D. Je remarque que, dans l'une de vos premières observations, vous n'accordiez à cette question, ou plutôt à ce problème que pose la fixation du prix de revente qu'une importance secondaire et ne lui concédiez que peu d'influence sur le coût de la vie. Avez-vous quelques données statistiques à l'appui de

cette conclusion, ou autre chose pour la gouverne du Comité?—R. Non, monsieur, malheureusement je n'en ai pas. Si nous avions disposé de plus de temps, j'aurais fait un effort en vue d'en obtenir par l'entremise de nos organismes, mais dans les délais dont nous disposions, il aurait été franchement impossible de préparer une documentation pertinente, même si nos syndicats nous avaient répondu avec une célérité digne d'éloges.

D. Avez-vous une idée de l'envergure qu'atteint la fixation des prix au détail et de ses effets sur le volume des ventes au Canada?—R. Je ne me risquerais pas à conjecturer à ce sujet. Je l'ignore tout simplement, et tout ce que je dirais n'aurait aucune valeur.

D. J'ai entendu dire que la proportion des marchandises touchées atteindrait environ 30 p. 100. Avez-vous une observation à faire à cet égard?—R. S'agit-il du rapport britannique?

D. Oui, c'est bien de l'Angleterre qu'il s'agit.—R. J'ignore si cela influerait sur la situation chez nous; les circonstances diffèrent tellement.

D. Nous ne pouvons donc pas exprimer en pourcentage le résultat de cette pratique; nous n'avons aucune donnée là-dessus?—R. En ce qui nous concerne, non, en effet. C'est regrettable, mais si j'avais donné quelque indication à ce sujet, je n'aurais fait que deviner. Voyez-vous, nous n'avons pas eu le temps de nous renseigner auprès de nos organisations.

D. Considérez-vous cette pratique comme un élément essentiel ou peu important du commerce?—R. Je la juge plutôt importante dans certaines branches du commerce. (C'est du moins, mon impression.) Je suppose qu'elle se maintient, en tout cas, dans une certaine mesure.

D. Vous faites mention dans votre mémoire d'un certain nombre de poursuites effectuées en vertu de la Loi des coalitions; Je crois même que vous avez mentionné nommément de ces cas, ou du moins avez-vous cité un nom?—R. J'ai fait mention d'un certain nombre de rapports, mais je ne crois pas avoir mentionné les poursuites judiciaires.

D. M. MacDonald ne s'est-il pas exprimé, il y a deux jours, dans le sens que ces poursuites judiciaires et ces enquêtes avaient surtout trait à l'aspect horizontal de la fixation des prix?—R. Parfaitement, et c'est principalement sur ce point que certaines d'entre elles ont porté. Mais cet aspect ressort surtout des quatre causes que j'ai plus particulièrement signalées, soit le rapport sur l'Association du Commerce des Spécialités, le rapport sur le Tabac, le rapport sur les articles de lunetterie et celui sur les allumettes. Les fabricants pris séparément avaient exercé une pression dans le sens vertical. Dans le rapport sur le tabac, il s'agissait de l'*Imperial Tobacco Company*. tandis que celui de l'Association du Commerce des Spécialités mentionnait les sociétés *Wampole* et *Colgate;* dans le domaine de la lunetterie, c'était l'*American Optical* et, pour les allumettes, *Eddy Match*. Ces rapports mentionnaient la tentative de réglementer les prix de détail, d'ailleurs couronnée d'un certain succès, qu'avait faite ces sociétés commerciales.

D. Mais dans le sens vertical.—R. En effet.

D. J'ai encore une question à poser. Un des arguments formulés en faveur de la pratique de la fixation des prix de détail était que la concurrence illimitée entre les détaillants jouait au préjudice de leurs intérêts. Avez-vous quelque observation à faire au Comité à ce sujet?—R. Et bien, la seule chose que je puisse dire, c'est qu'à mon avis, cette pratique semble parfois peu désirable. Je n'aimerais pas généraliser, mais s'il en est ainsi, il y aurait, à mon avis, lieu d'y remédier par une intervention législative d'envergure: un genre de régie officielle par l'entremise du parlement, si l'assemblée le jugeait utile. La règlementation ne devrait pas être confiée à des particuliers ou à des sociétés commerciales poursuivant leurs propres intérêts.

D. Comment arrive-t-on à réglementer les prix au moyen de la fixation des prix?—R. Et bien, le fabricant fixe tout simplement son prix en prévoyant, afin de le faire respecter, toute une série de sanctions qui joueraient lorsqu'on ne s'en tient pas au prix fixé.

D. De quel genre de sanctions s'agit-il?—R. Selon le cas. Cela dépendra des arrangements. Il pourra s'agir d'une amende ou de l'exclusion du contrevenant de la liste des distributeurs.

D. Parfaitement.—R. Sauf erreur, il existe toutes sortes de moyens et méthodes d'y parvenir.

D. Vous dites donc au Comité que lorsque la restriction de la concurrence entraîne des abus, la meilleure méthode applicable serait d'avoir recours à une intervention législative.—R. C'est bien là notre avis.

D. C'est votre avis?—R. Mais oui.

D. Que pensez-vous de l'opinion qui voit, dans la fixation des prix au détail une méthode nécessaire au fabricant qui désire fournir à l'acheteur une protection contre une hausse de prix due au manque de concurrence. Qu'avez-vous à nous dire à ce sujet?—R. Pourriez-vous mieux préciser votre question? Je ne suis pas certain de saisir tout ce que vous avez à l'esprit.

D. L'argument en faveur de la fixation des prix au détail tel que je l'entends, consiste à présenter cette méthode comme la protection nécessaire du fabricant contre l'inflation des frais de production, du côté de la main-d'œuvre et des salaires, par exemple?—R. Il me semble que vous donnez à entendre, ou plutôt que l'argument laisse entendre que sans le régime de fixation des prix de revente, le fabricant se trouverait coincé...

D. C'est bien cela.—R. ...entre le rabaissement des prix du fait du détaillant et la hausse des salaires exigée par les syndicats?

D. C'est ce que l'on a voulu indiquer; avez-vous une observation à faire à ce sujet pour la gouverne du Comité?—R. Cet argument ne m'impressionne pas. D'abord, je le soupçonne d'exagérer l'influence des syndicats. Nous ne sommes pas aussi puissants que certaines gens veulent bien le penser. En deuxième lieu, je ne crois pas que les fabricants qui adopteraient cette pratique aient grand besoin de protection. Je crois, au contraire, qu'ils sont parfaitement capables de veiller à leurs propres intérêts. Je dirais plutôt que c'est le détaillant qui devrait être protégé, et non le fabricant. Ce problème ne m'inquiète pas beaucoup.

D. L'un des problèmes que vous avez mentionnés en corrélation avec la concurrence illimitée, ou plutôt irrégulière et sans restriction, est celui de l'article "sacrifié". Voulez-vous dire qu'il devrait faire l'objet d'une mesure spéciale?—R. Oui, il était nécessaire de traiter ce problème en marge des autres. Je ne crois pas que ce soit une question très grave dans une période d'embauchage quasi-intégral et de revenus élevés comme celle que nous traversons et qui durera probablement aussi longtemps que M. Staline restera dans le même état d'esprit.

D. Et bien, étant donné l'envergure du problème et tout ce qu'il risque d'entraîner, comment vous proposez-vous de le résoudre?—R. Il me semble que vous m'imposez là une tâche considérable.

D. La législation de certaines provinces concernant les prix minimums et l'équité des pratiques commerciales vous est-elle familière?—R. Je sais que cette législation existe.

D. En avez-vous pris entière connaissance?—R. Je n'ai pas eu l'occasion de l'étudier.

D. Vous n'en connaissez pas les effets?—R. Je m'abstiendrai même d'émettre une conjecture à ce sujet.

M. CROLL: Quelles sont les provinces qui appliquent ce genre de législation? Je crois comprendre qu'elle existe en Colombie-Britannique et dans le Manitoba. Est-elle en vigueur ailleurs encore?

Le TÉMOIN: A mon avis, elle s'applique également dans l'Alberta. J'ai trouvé mention de cette législation, mais je n'ai jamais eu l'occasion de l'approfondir.

M. PHELAN: Monsieur le président, je crois que c'est toutes les questions que j'ai à poser.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Favreau:

M. PHELAN: Mon érudit collègue (M. Favreau) indique que vous avez déclaré qu'il n'y a aucun rapport entre les marques de fabrique et la fixation des prix—c'est bien ce que vous vouliez dire, monsieur Favreau?

Le PRÉSIDENT: M. Favreau voudra peut-être poser la question lui-même.

M. Favreau:

D. Sauf erreur, vous avez dit qu'il n'y a pas nécessairement de rapport entre la marque et la fixation des prix au détail?—R. En effet.

D. Pourriez-vous nous expliquer ce que vous vouliez dire en formulant cette réponse?—R. Je crois tout simplement que le fabricant peut vendre des articles de marque à une maison de gros, qui les revendra au détaillant sans imposer un prix fixe au détail. Je ne vois pas pourquoi il n'en serait pas ainsi. Je ne perçois pas la nécessité d'un rapport entre les deux. Je ne vois pas pourquoi il y en aurait un.

M. PHELAN: Puis-je poser une question avant de libérer le témoin. Nous avons employé l'expression "fixation des prix de revente". Est-ce qu'il existe, en dehors du prix, dans le cadre de ce régime, d'autres éléments touchant la vente qui seraient assujétis à la réglementation?

Je parle de la valeur de reprise des marchandises acceptées à titre de paiement partiel, par exemple, ainsi que des termes ou conditions des contrats de vente sous réserve, et autres pratiques analogues. Font-elles également partie du régime de fixation des prix de revente?

Le TÉMOIN: Dans certains cas, je crois que oui; mais j'ignore si c'est universel.

M. BEAUDRY: Cette question semblerait de nature prioritaire relativement au témoin, étant donné ce que vous avez déclaré, au cours de la dernière séance, monsieur le président, au sujet de certains rapports présentés au Comité que vous qualifiez de "privilégiés".

Le PRÉSIDENT: Parfaitement.

M. Beaudry:

D. Puis-je poser une question en attendant la décision du président? Vous avez dit, monsieur Forsey, que vous aviez présenté un rapport à la commission MacQuarrie?—R. Oui, un texte très court.

D. Pourrions-nous l'étudier à ce point de vue seulement?—R. Je ne l'ai pas ici, et je ne m'en souviens pas aussi nettement que je le souhaiterais.

D. J'aimerais poser une question, monsieur le président, et si vous la jugez contraire au Règlement, je la retirerai.

Le PRÉSIDENT: Je devrais peut-être signaler que les mémoires présentés à la commission MacQuarrie comportaient plus que la fixation des prix de revente, tandis que le Comité ne s'intéresse qu'à cet aspect-là.

M. Beaudry:

D. Ce n'est qu'à ce point-là que je m'intéresse, moi aussi. Pour autant qu'il s'agit de votre rapport,—même bref,—à la commission MacQuarrie différait-il sensiblement du mémoire dont nous sommes saisis?—R. Il était beaucoup plus court, et il me semble que je m'étais borné à exprimer notre façon de voir. Pour autant que je me souvienne, nous ne défendions aucune thèse, nous nous déclarions simplement d'accord avec les vœux de la Commission royale des prix de 1949. C'est, en substance, ce que nous avons dit.

D. Voici ce qui m'intéresse: certains passages du rapport affirment que des syndicats ouvriers, des coopératives agricoles et des groupements de consommateurs auraient formulé des observations à la Commission. Je vous prie de me dire si votre rapport à la commission MacQuarrie contenait des renseignements plus détaillés ou plus concrets que le mémoire dont nous sommes saisis ce matin?—R. Certainement pas. A mon avis, certains autres syndicats ont remis des études beaucoup plus fouillées que nous. Pour des raisons qui m'échappent à l'heure actuelle, mais qui, alors, nous semblaient bonnes, nous avons présenté un exposé très bref.

D. Vous déclarez dans ce mémoire, et vous l'avez répété de vive voix, qu'à votre avis, la question que discute le Comité à l'heure actuelle, est de peu d'importance en ce qui concerne le coût de la vie?—R. En effet, et je me trouve en excellente compagnie, parce que le premier ministre s'est prononcé exactement dans le même sens.

D. Je vous poserai donc la question suivante: votre position à l'égard de ce problème et votre opposition à la fixation des prix ne sont que des questions de principe?—R. Non, c'est plus que cela, puisque j'ai dit que "nous sommes reconnaissants des moindres bienfaits." Nous estimons que la mesure serait utile, mais nous n'en attendons pas un effet révolutionnaire.

D. C'est parfait, et je suis du même avis. Toutefois, j'estime que nous ne constituons pas un comité d'enquête sur les prix; nous formons un comité d'enquête sur les coalitions, et je ne suis pas nécessairement d'accord avec l'interprétation d'après laquelle l'objet des discussions du Comité n'influerait pas nécessairement sur les prix dans l'un ou l'autre sens.—R. Là-dessus, je me demande quelle sorte d'observations vous attendez de moi.

D. Aucune, j'en fais mention en marge de la déclaration que renferme votre mémoire, selon laquelle la mesure législative que nous sommes en train d'étudier n'aura sur les prix qu'un effet minime et de peu d'importance. Je suis également d'avis de ne pas discuter cet aspect de la question, mais j'accepte votre mémoire tel qu'il se présente. Vous déclarez que la fixation des prix de revente limite la concurrence. Nous traiterons ce point incessamment. Vous dites également que la fixation des prix de détail crée une loi privée entre certaines parties?—R. Parfaitement.

D. Ce qui les met (je vous attribue peut-être des idées que vous n'avez pas émises et, dans ce cas, mettez que je n'ai rien dit) au-dessus des atteintes de la loi ordinaire.—R. N'étant pas un homme de loi, je m'exprime avec quelque prudence devant un comité composé en partie d'avocats. Toutefois, je crois comprendre qu'au Canada, ce genre de contrat n'est pas reconnu par la loi. Il me semble que c'est dans ce sens que les parties au contrat se mettent en marge des lois.

D. Vous savez que nous sommes tous les deux dans le même cas. Je ne suis pas juriste, moi non plus, bien que j'aie fréquenté la Faculté de Droit.

M. FULTON: Vous êtes revenus de vos égarements.

M. Beaudry:

D. En vertu du Code Napoléon, qui est à la base de la loi civile de Québec, ainsi que le sait fort bien le ministre de la Justice, on nous a enseigné l'axiome juridique qui dit "la convention des parties fait loi". Dans la province de Québec, je crois qu'il est d'ailleurs parfaitement légal que des particuliers concluent un contrat dont les termes prennent à leur égard valeur de loi.—R. Je n'essayerai pas de discuter la loi civile.

D. Moi non plus. Je relève simplement ce cas, parce qu'un des passages de votre mémoire indique plus particulièrement que la fixation des prix de revente prend effectivement force de loi à l'égard des deux parties. Je fais seulement remarquer qu'en ce qui concerne la province de Québec, j'estime que c'est parfaitement conforme au droit civil.—R. Dans la mesure de mes rapports avec la profession légale, j'appartiens à la tradition que mon ami, le professeur Scott appelle "le barbare droit coutumier", plutôt qu'au droit civil. Je m'excuse, j'ai oublié, en quelque sorte, la question du droit civil dans la province de Québec. Je parlais des provinces qui sont régies par le droit coutumier, mais mon opinion en matière juridique est, en tout cas, de peu de valeur.

D. Je crois qu'elle vaut la mienne.

Vous affirmez que la fixation des prix de revente mettrait, à votre avis, des limites à la concurrence, mais vous déclarez également, dans votre mémoire, que vous ne voyez pas d'objection à ce que les producteurs ou les fabricants imposent un prix maximum?—R. En effet, cela ne nous inquiète guère.

D. Comment un fabricant peut-il normalement sévir contre ceux qui dépassent le prix-limite?—R. Probablement en appliquant les sanctions qu'a mentionnées le conseiller juridique du Comité, ou plutôt, que j'ai moi-même mentionnées en lui répondant. Ce serait, d'ailleurs, assez difficile.

D. Pouvons-nous supposer que ce sera la procédure normale?—R. Il me semble que oui.

D. S'il en est ainsi, la procédure ne rentrerait pas dans le cadre du projet d'amendement ou de l'avant-projet d'amendement, mais je crois qu'elle imposerait des limites à la concurrence en ce qui concerne les contrevenants?—R. Oui, mais je n'ai aucunement voulu dire que nous nous opposions à toutes les restrictions touchant la concurrence. Je me fondais uniquement sur l'hypothèse (qui me semble à la base de la loi d'enquête sur les coalitions) qu'il est, de prime abord, peu souhaitable de limiter la concurrence, et qu'il y aurait lieu de motiver une telle restriction. Il s'agit de la politique officielle qu'exprime la loi d'enquête sur les coalitions; ce n'est pas la nôtre.

D. Je ne fais qu'exprimer l'humble avis que la fixation des prix qui vous paraît peu désirable en tant que facteur limitatif de la concurrence, ne peut se modifier, du moins pour autant que j'en puisse juger, en appliquant la méthode qui consiste à imposer un prix maximum. Cela a également trait au recours du producteur ou fabricant contre le contrevenant, et c'est pourquoi si l'un impose des limites à la concurrence, l'autre en fait autant, n'est-ce pas? —R. Tous deux restreignent la concurrence. Mais l'un d'une manière très peu désirable, et l'autre de la bonne façon; la question nous intéresse, monsieur, même si vous trouvez que notre allusion aux prix n'était pas pertinente, si c'est bien ainsi que je dois interpréter votre objection; et nous ne nous opposons pas le moins du monde à ce que quelqu'un mette un terme à la hausse; nous sommes, toutefois contre ceux qui empêchent les prix de baisser, à moins qu'ils ne puissent appuyer leur attitude sur de bonnes raisons d'ordre public. Il se peut que certains cas puissent se justifier ainsi. La question devrait alors se

résoudre par la voie législative. En l'occurrence, nous estimons que des mesures tendant à faire baisser les prix s'imposent, tandis que toute disposition visant à les faire monter est peu souhaitable.

D. En ce qui concerne le Comité et votre mémoire, me faut-il conclure que vous ne vous opposez pas à la fixation des prix en principe, mais que vous y voyez des objections lorsque celle-ci devient une pratique nocive?—R. Nous nous opposons en principe à la fixation des prix, de même que s'y oppose, à mon avis, le rapport de la Commission MacQuarrie. La proposition que celle-ci a soumise au gouvernement constitue, sauf erreur, la base des délibérations de notre Comité. La présente proposition vise à mettre fin à la fixation des prix minimums de revente, et non des prix maximums.

D. Ne mettons-nous pas la charrue devant les bœufs? Vous dites que vous êtes d'accord avec le rapport MacQuarrie. Je soulignerais, toutefois, que celui-ci a suivi vos exposés et d'autres témoignages.—R. Et bien...

D. Et bien, la question prend un aspect légèrement différent. Il me semble que vous ne pouvez vous appuyer sur le rapport MacQuarrie parce que celui-ci s'inspire de vos arguments. C'est tout le contraire. Le rapport MacQuarrie se fonde sur vos observations et d'autres témoignages analogues, n'est-ce pas? —R. Que le Comité me reprenne si j'ai tort mais, sauf erreur, le problème dont celui-ci me semblait saisi était celui que soulevait le rapport MacQuarrie, en conseillant nettement d'interdire la fixation d'un prix minimum de revente. C'est là le point que nous devions discuter et dans mon mémoire, j'ai délibérément écarté toute discussion de la fixation des prix de revente maximums à moins qu'elle ne soit mentionnée en passant, ce qui est advenu lorsqu'on y a fait allusion en répondant à l'argument avancé en faveur de la fixation des prix minimums. Il me semble que nous étions en train de discuter les propositions découlant du rapport établi par la Commission MacQuarrie.

Le PRÉSIDENT: M. Beaudry, il y a pour le moins, six autres membres qui ont exprimé le désir de poser des questions.

M. BEAUDRY: Je ne prendrai que trois minutes.

Je souligne seulement que le texte du rapport MacQuarrie fait ressortir très clairement que son opinion au sujet de la fixation des prix, qu'il condamne, —ou plutôt ses conclusions,—se fondaient surtout sur les observations des syndicats, des cultivateurs, des coopératives rurales et des groupes de consommateurs. La seule raison que j'avais de poser ma question, était de savoir de quels principes vous vous êtes inspiré, en tant que représentant d'une des trois parties qui ont influé sur les conclusions du rapport MacQuarrie.

Toutefois, je veux bien traiter le point suivant.

Le TÉMOIN: Je suis en mesure de vous répondre, monsieur.

M. BEAUDRY: Je ne crois pas que cela soit nécessaire, monsieur.

M. CROLL: Laissez-le répondre.

M. CARROLL: Oui; nous ignorons, en effet, ce qu'il avait soumis à la commission.

Le TÉMOIN: En ce qui nous concerne, le mémoire que nous avons présenté à la commission MacQuarrie confirmait simplement que nous étions d'accord avec les conclusions de la Commission royale d'enquête sur les prix. D'autre part, la commission MacQuarrie a fait ressortir à ce sujet un certain nombre d'autres arguments que j'ai soigneusement étudiés. Et je crois que notre organisation en a conclu que le raisonnement du rapport MacQuarrie ne faisait que renforcer notre opinion primitive.

M. Beaudry:

D. Vous n'avez donc pas présenté à la commission MacQuarrie des données statistiques ou autres qui aurait pu logiquement amener le comité à adopter votre avis?—R. Il ne s'agit que d'un point de moindre importance dans le rapport que nous avons soumis au comité MacQuarrie, mais je désire souligner encore une fois que nous ne représentions qu'un syndicat parmi beaucoup d'autres, même parmi les principales organisations ouvrières, et, pour autant que je sache, des douzaines d'autres syndicats ont pu présenter des mémoires à la commission MacQuarrie. Je n'en sais rien.

D. "La fixation des prix de revente impose des limites à la concurrence"; c'est là ce que vous déclarez. Quel est dont la définition "l'atelier fermé"?—R. Un "atelier fermé", c'est-à-dire la clause de l'atelier fermé dans un contrat collectif, est celle qui oblige l'employeur à n'embaucher que les membres d'un syndicat particulier. Elle impose des restrictions à la liberté d'embauchage.

D. Est-ce qu'elle limite la concurrence, en ce qui concerne le personnel disponible, ou la catégorie d'artisans en cause?—R. En effet, je dois dire qu'il en est ainsi, et nous sommes d'avis que, dans certains cas, elle se fonde sur de bonnes raisons.

D. Nous n'allons pas approfondir ce point.—R. Vous avez posé la question, monsieur Beaudry, et je désire préciser que l'atelier fermé ne touche pour ainsi dire pas notre syndicat. Si vous voulez souligner l'importance de ce principe devant quelqu'un, vous devriez vous adresser au Congrès canadien des Métiers et du Travail, parce que n'étant pas une organisation d'artisans, nous n'avons que très peu de contrats dits "d'atelier fermé". Nous en avons quelques-uns, mais vous pourriez les énumérer sur les doigts d'une seule main.

D. Vous êtes donc d'accord avec moi dans le sens que cet arrangement limite la concurrence?—R. Oui, et il me semble que dans beaucoup de cas, il est souvent bien fondé.

M. CROLL: Ne vaudrait-il pas mieux que le témoin complète la réponse; il nous donnait, en effet, d'excellentes raisons et je crois qu'elles nous intéressent tous.

M. FULTON: Mais ne dépassons-nous pas les bornes de notre compétence?

M. CROLL: Du moment que la question est soulevée, je propose qu'on lui permette d'exposer les raisons...

Le PRÉSIDENT: ...pour lesquelles il serait désirable d'imposer des restrictions à la concurrence, en ce qui concerne l'"atelier fermé"?

Le TÉMOIN: Il me semble pouvoir les résumer brièvement, monsieur Croll, en disant que lorsque vous êtes saisis de problèmes touchant la main-d'œuvre et les salaires, il ne s'agit pas d'une denrée. Vous avez devant vous des êtres humains, et vous avez affaire avec ce que le Pape appelle "la dignité de la personne humaine".—Il me semble que c'est la principale raison qui nous porte à croire, et qui porte les syndicats à croire que l'on peut justifier la restriction de la concurrence lorsqu'il s'agit de contrats de travail, de contrats collectifs. Je n'inclurai pas tous les cas. Je n'essaie pas d'excuser d'une façon générale tout ce qui figure dans les contrats; mais nous sommes d'avis qu'il existe dans certaines circonstances, des cas justifiés, dans lesquels si l'on se fonde sur le principe d'après lequel il s'agit d'êtres humains et non pas de marchandises, il ne devrait pas être permis d'offrir des salaires trop bas.

D. Ne croyez pas, monsieur Forsey, que je diffère de vous en principe. Je me suis occupé de l'embauchage pendant des années et je suis tout à fait d'accord avec vous sur le point qu'il faut toujours tenir compte de la dignité humaine dans les contrats. Je n'attaque pas la valeur de votre raisonnement en faveur d'une bonne rémunération et de toutes les mesures à prendre à cet

effet,—je ne m'y oppose pas du tout. Toutefois, d'autres membres du Comité désirent vous interroger. . .—R. Il existe un exposé admirable, à notre point de vue sur toute la question de sécurité syndicale; il s'agit de l'ouvrage de l'abbé Dion, de la Faculté des Sciences sociales de l'Université Laval, qui vous est peut-être familier.

D. Je crois que nous sommes d'accord. Voici ma dernière question; elle vous semblera peut-être tomber mal à propos en ce moment, mais vous verrez plus tard, qu'elle ne l'est pas. La statistique générale du ministère du Revenu national de 1950, classe, comme je vois, les contribuables canadiens par profession, en se fondant sur les données de 1948; elles les groupe par professions dans les divers paliers de revenus, etc. Je remarque que deux groupes figurent l'un à côté de l'autre; les commerçants sans employés, qui touchent un revenu moyen de $2,341, et immédiatement au-dessous, dans l'ordre de leur revenu moyen, les employés qui touchent $3,301. Je voulais simplement consigner ces chiffres au compte rendu. Je vous remercie beaucoup, monsieur Forsey.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Croll.

M. Croll:

D. Monsieur Forsey, les coutumes du vieux monde,—je veux dire de l'Angleterre, des îles britanniques,—en ce qui concerne les ventes, et la façon dont elles s'opposent aux méthodes du Canada et des États-Unis vous sont familières, n'est-ce pas?—R. Je regrette, mais je ne crois pas pouvoir l'affirmer.

D. Vous nous avez du moins, donné quelques indications sur vos expériences en tant que profane. Vous avez déclaré, tout d'abord, qu'à votre avis "l'article sacrifié" ne constituait pas un problème important pour le détaillant ni pour le commerce en général?—R. A l'heure actuelle.

D. A l'heure actuelle. Or trois provinces ont déjà pris des mesures afin de régler plus ou moins la question. Êtes-vous d'avis,—vous avez eu l'occasion de prendre connaissance de l'avant projet de loi, . . .—R. Non, je ne l'ai pas vu.

D. Et bien, dans l'hypothèse que le rapport MacQuarrie sera rédigé sous forme de mesure législative, estimez-vous, à la lumière des usages concernant les ventes dans notre pays,—et je pense à l'"article sacrifié",—que le détaillant n'a besoin d'aucune protection?—R. Je doute fort qu'il en ait besoin.

D. Êtes-vous d'avis que l'"article sacrifié" ne joue aucun rôle aujourd'hui? —R. Je n'estime pas qu'il constitue un élément considérable. Advenant une nouvelle crise économique, il gagnerait peut-être de l'importance, mais à mon avis, aucune dépression économique ne se dessine dans l'avenir immédiat.

D. Je suis heureux de l'entendre.—R. J'ai déjà indiqué qu'à mon avis, notre meilleure sauvegarde est M. Staline; j'espère que personne ne me taxera de communisme.

M. CARROLL: Vous en êtes revenu.

M. Croll:

D. Du point de vue de la masse des consommateurs que vous représentez et au nom desquels vous prenez la parole aujourd'hui, vous ne croyez pas que "l'article sacrifié" constitue un facteur qui devrait nous causer une grande inquiétude?—R. Je ne le crois pas, en effet.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Dickey.

M. Dickey:

D. Monsieur Forsey, à la suite des questions que vous a posées le colonel Croll. . .

Le PRÉSIDENT: Plus haut, s'il vous plaît.

M. Dickey:

D. Monsieur Forsey, vous avez dit, sauf erreur, en réponse aux questions du colonel Croll, lorsque vous traitiez la question de l'"article sacrifié" qu'à votre avis, les détaillants n'avait, dans l'état de choses actuel, que peu de raisons de recourir à cette pratique?—R. En effet.

D. Est-ce exact?—R. Oui.

D. Je présume que vous faites cette déclaration à la lumière des conditions actuelles de la vente au détail qui comporte, à un certain degré, devons-nous sans doute présumer, la fixation du prix de revente,—ce qui, je crois que nous devons aussi le supposer ne favorise pas la pratique qui consiste à offrir des articles sacrifiés?—R. Oui.

D. Est-ce exact?—R. Oui, je le crois, mais je pense aussi qu'il reste au détaillant des occasions assez nombreuses de mettre en vente des articles sacrifiés s'il le désire. Je n'ai pas cherché à estimer dans quelle proportion le commerce est touché par la fixation des prix de revente, mais je serais fort étonné qu'il n'y eût pas au moins la moitié des marchandises à l'égard desquelles il lui est loisible de recourir à ce procédé. Je doute fort que les témoignages dont sera saisi le Comité démontrent qu'il y a même la moitié des ventes au détail au Canada dont le prix de revente est fixé. J'incline à croire qu'en réalité la proportion est bien inférieure à celle-là. Mais c'est là pure conjecture. Vous avez peut-être à l'esprit quelque argument afin de démontrer que cet usage prévaut dans 90 p. 100 des cas.

D. Non, je n'ai aucun renseignement statistique à l'esprit, mais je voulais connaître aussi clairement que possible votre façon d'envisager la question à l'égard de la situation présente et éventuelle. C'est pourquoi j'aimerais vous demander si vous avez ou non étudié le facteur de l'article sacrifié et de ses répercussions possibles, en supposant que devienne en vigueur quelque loi efficace qui supprimerait entièrement le régime de la fixation des prix de revente? Croyez-vous que cette éventualité pourrait finir par poser un problème grave?—R. Je suis loin de le croire. Cette pratique deviendrait probablement plus généralisée qu'elle ne l'est aujourd'hui, mais je crois très improbable que, dans aucune des circonstances qu'on puisse prévoir dans un avenir prochain, elle puisse poser un problème très grave. Advenant qu'elle devienne sérieuse, il sera toujours temps d'intervenir.

D. Vous n'avez pas cru qu'elle pouvait s'aggraver assez vite pour qu'on songe à prendre des mesures en vue d'y mettre un terme, avant de proscrire la fixation du prix de revente?—R. Non.

D. A votre avis, il s'agit plutôt d'un problème futur que d'un problème actuel?—R. Oui.

D. Il m'a intéressé, monsieur Forsey, de vous entendre parler de l'orgie de rabais des prix à New-York, chez Macy, Gimble, etc. Je me demandais si vous aviez observé l'orgie semblable, mais moins importante, qui a eu lieu à Hamilton il y a quelques semaines?—R. Je n'en étais pas au courant.

D. C'est la première nouvelle que vous en avez?—R. Oui, je le regrette.

D. Comme vous vous êtes apparemment intéressé à celle qui s'est produite chez Macy et chez Gimble, je me demande si vos recherches à cet égard vous ont démontré qu'elle avait eu quelque répercussion sur la baisse des prix en général ou des prix de quelques articles en particulier durant une longue période?—R. Non, à mon avis, il ne s'est pas écoulé assez de temps, depuis que cet incident s'est produit à New-York, au début de l'été, pour permettre à quelqu'un de porter un jugement bien précis à ce sujet,—en tout cas nous n'en avons pas formé.

Pour expliquer ces réponses vagues, je dois souligner que nous avons un très grand nombre de questions à étudier. Nous ne sommes pas à cet égard dans la même posture que les membres du Parlement, mais nous sommes contraints d'étudier assez superficiellement plusieurs d'entre elles afin de nous concentrer sur celles que nous croyons de la plus haute importance pour nos syndicats. Je le répète, nous n'avons pas considéré la présente question de suprême importance, tandis qu'il y en a d'autres que le mouvement syndical considère de vitale importance et auxquelles nous consacrons plus de temps.

D. Votre situation est peut-être meilleure que celle des membres du Parlement à bien des égards, mais dois-je comprendre que vous n'avez pu faire aucune étude poussée, dans le domaine du commerce de détail, en vue de déterminer quelle est la proportion des articles que touche la fixation des prix et quelle en est l'importance?—R. Non, nous n'en avons pas faite.

D. On a prétendu, monsieur Forsey, qu'au cours de la récente période de hausse des prix, la hausse a été proportionnellement beaucoup plus faible à l'égard des articles dont les prix sont fixés qu'à l'égard de ceux dont le prix ne l'est pas. Avez-vous quelques observations à formuler à cet égard?—R. Je crois que c'est une probabilité, monsieur. Si l'on en juge par les témoignages rendus devant la Commission royale sur les prix, les prix montent moins vite à l'égard des articles qui font l'objet de toutes ces restrictions. Ils ont tendance à moins varier; ils ne montent ni ne baissent aussi vite. Je crois qu'on l'admet assez généralement, mais je ne puis vous citer exactement le passage qui l'atteste. Je sais que nous l'avons très souvent remarqué dans différents rapports et documents, qui me semblaient fondés sur des témoignages sérieux et des résultats d'enquêtes menées par des gens de jugement sûr.

D. C'est tout, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Thatcher.

M. Thatcher:

D. Monsieur Forsey, avez-vous dit que le Congrès n'a vraiment pas eu le temps de faire le tour des maisons d'affaires afin d'étudier sur place la fixation des prix de revente?—R. Oui.

D. Je me demande si vous pouvez me dire ceci: le Congrès a-t-il quelque preuve en particulier que la marge de bénéfice à l'égard des marchandises vendues au détail et dont le prix est fixé est plus élevée que celle des marchandises dont les prix ne sont pas fixés?—R. Nous n'avons absolument rien sur la question, monsieur.

D. Pensez-vous qu'il en est ainsi?—R. A mon avis, on ne peut pas dire que nous pensions quoi que ce soit à ce sujet. Nous avions simplement présumé que ces prix fixés étaient probablement plus élevés, en général, qu'ils ne l'auraient été autrement.

D. Mais si l'on vous démontre que la marge de bénéfices à l'égard des articles dont les prix de revente sont fixés était inférieure à celle des autres articles, quelle serait votre attitude au sujet de cette pratique?—R. Cela dépend, je crois, monsieur Thatcher, des circonstances. Dans certains cas, il peut y avoir une raison,—entièrement étrangère à toute fixation de prix de détail ou toute entente à ce sujet,—il peut y avoir une raison, dis-je, d'une marge de bénéfice inférieure à l'égard de certaines catégories de marchandises plutôt qu'à l'égard d'autres. Je m'adresse à un spécialiste, je n'ai jamais rien vendu dans ma vie et vous avez passé toute votre vie, ou du moins une grande partie, dans les affaires, à titre de marchand. Malgré ma profonde ignorance en ces matières, je suppose qu'il y a quelques marchandises sur lesquelles vous

pourriez toucher une marge de bénéfice très élevée et d'autres sur lesquelles vous pourriez avoir une mage de bénéfice plus faible et que le prix varie d'une denrée à l'autre.

D. Évidemment, cela est fort possible. Mais vous n'êtes pas en mesure de dire au Comité que les prix sont aujourd'hui plus élevés au Canada à cause de la fixation des prix?—R. Nous n'avons aucun renseignement à ce sujet; nous n'avons pas eu le temps d'en recueillir et nous ne sommes jamais allés en recueillir sur place simplement en vue de les tenir prêts, dans nos dossiers, afin de nous en servir à un moment d'avis.

D. Alors, posons le cas de la façon suivante: votre Congrès a-t-il quelque raison de croire que les prix pourraient baisser advenant l'adoption de cette loi?—R. Oui, nous le croyons.

D. Sur quels renseignements fondez-vous votre opinion?—R. En partie sur le phénomène qu'on a vu à New-York, l'été dernier, et dont j'ai parlé. Hier encore, je causais avec quelqu'un qui y est allé et qui m'a signalé certains rabais très remarquables de prix. Il en a profité personnellement, car il a pu acheter un ciné-kodak à $30 de moins que le prix ordinaire; il en était très satisfait.

D. Vous avez laissé entendre que l'opposition de votre Congrès se fondait sur les mêmes arguments qu'avait avancés la Commission MacQuarrie en vue de mettre fin à cette pratique; vous avez dit, par exemple, que la fixation des prix supprime la concurrence. Mais certains groupements prétendent que ce n'est vrai que du point de vue théorique. Prenons le cas d'un fabricant de réfrigérateurs. On en vend peut-être une dizaine ou une douzaine de marques différentes au Canada. Si l'on fixe les prix à l'égard d'une de ces marques, le marchand doit soutenir la concurrence des onze autres. Il y a, de plus, la concurrence américaine. Voulez-vous nous dire ce que vous en pensez?—R. Je crois, monsieur Thatcher, que nous en avons parlé ici dans le mémoire que j'ai envoyé au Comité.

D. Oh, oui, je crois que c'est à la page 3, en haut de la page.—R. En effet, j'y suis. Au début de la page 3, justement au premier alinéa, au sujet du rapport sur les articles de lunetterie, où l'on dit:

> Le rapport ajoutait ce qui suit: La raison fondamentale avancée à l'encontre de la fixation des prix de revente en général, c'est que la concurrence en matière de prix entre marchands se trouve ainsi éliminée dans la vente des marchandises en cause. Dans les différents commerces où les marchandises proviennent de plusieurs fournisseurs, dont seulement quelques-uns interdisent les ventes à un prix inférieur au minimum déterminé, les consommateurs jouissent d'une certaine protection. Dans de tels cas, ils peuvent acheter les produits d'autres fabricants qui n'imposent pas de telles restrictions. Et même dans ce cas, la fourniture de marchandises dont les prix ne sont pas déterminés peut constituer une sauvegarde fort insuffisante de l'intérêt public. Elle est particulièrement insuffisante quand une proportion considérable des marchandises en grande demande chez le public (demande souvent stimulée par les fournisseurs) ne peut se vendre au-dessous du minimum déterminé des prix de revente.

Je crois que c'est la seule observation à formuler à ce sujet.

D. Monsieur Forsey, certains groupements ont avancé un autre argument. Ils prétendent qu'advenant l'interdiction de la fixation des prix de revente, la situation des petits détaillants peut s'en ressentir dans plusieurs de nos localités. —R. Je ne crois pas cet argument très solide. Les détaillants importants sont très puissants actuellement, mais ils n'ont pas considérablement augmenté leur

part du commerce de détail, qui, d'après les chiffres dont je me souviens, est demeuré assez stable depuis très longtemps. Même actuellement, je crois que s'ils désiraient réellement forcer le petit détaillant à se retirer des affaires, ils le pourraient probablement malgré l'existence de cette pratique. Il est possible que l'abolition de cette pratique porterait atteinte au petit détaillant et c'est certainement là un point à considérer. J'ignore si le petit détaillant mérite qu'on le préserve à titre de splendide spécimen de l'humanité, quels que soient les services qu'il rend à la collectivité. On tend à considérer le petit détaillant comme un noble monsieur qu'on devrait protéger, quelle que soit l'importance des services qu'il rend à la collectivité. Je crois qu'on exagère l'importance du cas. A mon avis la société a intérêt à protéger le petit détaillant, mais il y a lieu de tenir compte de ce qu'il en coûte à la collectivité. Je ne suis pas un adulateur du petit détaillant, c'est probablement parce que j'ai lu récemment l'"Histoire de M. Polly", de H. G. Wells.

M. FULTON: Vous n'avez pas lu le bon auteur.

Le TÉMOIN: Lequel recommandez-vous, monsieur Fulton?

Le PRÉSIDENT: Avez-vous d'autres questions à poser, monsieur Thatcher?

M. THATCHER: Oui, j'ai une autre question.

M. Thatcher:

D. On a dit que la fixation des prix a tendance à uniformiser davantage le coût de la vie dans toutes les parties du Canada, en égalisant les prix dans toutes les provinces. Ainsi, a-t-on prétendu, les provinces éloignées se trouvent à profiter de la fixation des prix de revente. Voudriez-vous nous dire ce que vous en pensez?—R. Mon idée à cet égard, c'est que si l'on interdisait la fixation des prix de revente, on pourrait voir baisser les prix dans ma province natale, Terre-Neuve, où les revenus des gens sont bien moins élevés que dans cette province-ci, qui est privilégiée. Ce n'est pas tant l'uniformité même du coût de la vie qui m'intéresse. Le niveau de revenus fût-il uniforme dans tout le pays, il serait alors très souhaitable d'avoir l'uniformité du coût de la vie. Si l'on peut réussir à réduire le coût de la vie dans certaines parties du pays en abolissant la fixation des prix, j'en serais bien aise. Je suppose qu'on prétendra que les prix diminueraient dans les provinces centrales et non pas dans les provinces éloignées. Je sais qu'il faudrait approfondir la question beaucoup plus que je ne l'ai pu jusqu'ici.

D. Eh bien! monsieur Forsey, encore une fois, diriez-vous qu'en supprimant la fixation du prix de détail, on pourrait faire baisser les prix?—R. Dans certains cas, je le crois probable, oui.

D. Vous ne sauriez dire dans quel domaine en particulier?—R. Non, je regrette de ne pas être en mesure de le dire.

D. Monsieur Forsey, devons-nous conclure de vos observations que le Congrès ne tient pas pour vitale, qu'il voit même d'un œil indifférent l'adoption ou le rejet de cette mesure?—R. Non, ce serait tomber dans l'exagération. Il ne s'agit pas là d'une question de première importance. Mais nous avons nos opinions bien arrêtées à ce sujet, même si nous la croyons de moindre importance. On peut avoir une idée bien précise sur une question même si elle ne revêt pas une importance extraordinaire.

D. La première page me portait à cette conclusion. Vous y dites que "le Congrès ne croit pas que ni la loi des enquêtes sur les coalitions (y compris les dispositions connexes du code criminel), ni l'interdiction de la fixation des prix de revente, auront le moindre effet tangible sur le coût de la vie".—R. Oui.

D. Ne pouvons-nous pas alors en conclure que cette loi ne vous inspire aucune conviction profonde?—R. Non, je m'élève contre une telle affirmation. Je ne crois pas qu'on puisse tirer de tout mon mémoire la conclusion que nous n'avons pas une ferme conviction à cet égard. Convaincus qu'il s'agit d'une mesure utile, nous l'appuyons de tout cœur. Nous ne croyons pas que personne puisse se leurrer au point de croire qu'elle produira des résultats considérables, ou même qu'elle fera appréciablement varier le coût de la vie. C'est une question de priorité, une question de proportion; mais si vous pensez, monsieur Thatcher, que les vœux du Comité ou les mesures que prend le Gouvernement n'ont guère d'importance à nos yeux et qu'il nous est égal qu'on adopte ou non une loi à ce sujet, vous faites erreur.

D. Alors vous aimez franchement cette loi?—R. Nous la tenons pour une mesure peu importante, mais utile et nous en préconisons l'adoption.

Mme Fairclough:

D. La guerre des prix qui s'est produite à New-York a suscité maints commentaires; on a prétendu que c'était un événement marquant dans la vente au détail au delà de la frontière. Je crois qu'une telle guerre des prix n'était qu'un feu de paille, du moins au point de vue de ses répercussions sur le coût de la vie. On constatera peut-être quelques baisses de prix, mais pour influer sur le coût de la vie il faudrait qu'elles portent sur une forte gamme d'articles nécessaires au consommateur. Je crois qu'un élément beaucoup plus important de la situation des prix de détail, c'est la pratique qui consiste à sacrifier un article, ce qui touche le détaillant beaucoup plus que toute guerre des prix ici et là.—R. Auriez-vous l'obligeance de répéter?

D. J'ai dit que la guerre des prix en elle-même ne cause pas au détaillant autant d'ennuis que le recours continuel à la pratique qui consiste à vendre un article à sacrifice.—R. Oui, je crois que vous avez raison.

D. Si vous voulez une opinion de ma part, je dis que cette question d'un prix national, un régime de prix maximum ou de prix minimum, quel que soit celui qui l'impose, ou quelque nom qu'on lui donne, c'est ce qui établit le prix véritable des marchandises vendues au consommateur. Mais cela veut-il dire qu'un prix national est appelé à devenir un but à atteindre, un prix établi. Nous en avons eu un très grand nombre d'exemples durant la dernière guerre: les prix d'une forte quantité d'articles qui avaient été fixés ont continué à monter; finalement on les a immobilisés. Dans le domaine de la fixation des prix, le fabricant établit un prix maximum, pourvu que ce ne soit pas au détriment du consommateur; cette pratique peut même tourner à l'avantage de ce dernier en lui assurant un meilleur prix que celui qu'il paierait en fût-il autrement. N'est-ce pas possible?—R. Le prix maximum ou "proposé" peut devenir prix minimum, je présume. Je ne crois pas, toutefois, que ce soit là un état de choses auquel on puisse très efficacement aviser au moyen d'une loi; je veux dire dans les cas où le prix est simplement proposé. Ce que la loi en question va rectifier, sauf erreur, c'est le prix minimum défini, fixé. Si le prix n'est, de fait, rien de plus, comme vous dites, qu'un prix proposé, il peut alors ne pas y avoir lieu d'intervenir; mais il ne s'agit pas ici d'un prix proposé, mais d'un véritable prix minimum imposé. Le mot "proposition" peut avoir bien des sens; tout dépend de la façon dont la proposition est faite et de la forme qu'elle prend. Je me souviens d'un exemple qui s'était posé, il y a quelques années, dans le cas d'un fabricant de Montréal à qui l'on avait dit que ses employés songeaient à s'affilier à un syndicat. Il les convoqua tous ensemble et voici ce qu'il leur dit: "Y a-t-il quelqu'un parmi vous qui désire faire partie du syndicat?" Dite d'un ton agréable, amical, cette question a un certain sens, mais posée à voix forte et d'un ton intimidant, l'effet est tout autre.

D. Eh bien! monsieur Forsey, ce que j'avais à l'esprit, c'est que nous devrions considérer la mesure dans laquelle les fabricants recourent à cette pratique de fixer les prix. A mon avis, nous devrions veiller, comme le signale votre organisme, à ne pas empirer le mal en matière de prix. Vous avez souligné un point fort intéressant, dans votre réponse, sur la différence entre un prix proposé et un prix imposé; c'est-à-dire un prix minimum imposé. Il y a au pays un grand nombre de prix, de prix minimum de revente qu'on propose, même les étiquettes collées aux bouteilles indiquent le prix de vente; mais d'autres sont difficiles à imposer; ils sont même, comme vous l'avez dit, évidemment injustes. A mon avis, quand on parle du volume du commerce de détail auquel s'applique au Canada la fixation des prix, il faut considérer quelle en est la proportion qui s'en trouve désavantagée; nous devrions avoir une idée de la proportion du commerce de détail qui serait atteinte.—R. Il est à présumer que le Comité entendra sur cette question des témoignages venant de divers groupements de commerçants et autres, ainsi que de détaillants particuliers, qui peuvent traiter de la question en connaissance de cause. Je n'ai pas beaucoup étudié la fixation d'un prix maximum, car il m'a semblé que les attributions du Comité ne permettraient pas d'étudier la question.

L'honorable M. Lambert:

D. Monsieur Forsey, sauf erreur, vous avez dit que vous n'aviez pas eu le temps d'étudier les effets qu'exerce la fixation des prix sur le coût de la vie. Désirez-vous avoir plus de temps, si c'était possible, afin de recueillir de nouvelles preuves sur ce point?—R. Si le Comité le croit utile, nous nous exécuterons volontiers. Mon sentiment personnel, c'est que le Comité obtiendra de meilleurs renseignements, et plus rapidement, en convoquant des représentants des divers genres de commerce. J'y suis disposé, au nom de l'organisme que je représente, mais je crois que vous obtiendriez des renseignements plus complets et beaucoup plus précis des représentants du commerce.

M. THATCHER: Puis-je intervenir ici pour dire que ces renseignements étaient plutôt partiaux?

L'honorable M. Lambert:

D. Le point que je veux soulever fera l'objet de ma question suivante. Vous admettrez, et je crois que vous avez admis, que les intérêts du consommateur sont le but principal de toute cette enquête?—R. Oui.

D. Et que votre organisme représente une très grande partie du groupe général des consommateurs éparpillés ici et là. Peut-on maintenant conclure, d'après votre déclaration, que vous appuyez la loi interdisant la fixation des prix?—R. Oui.

D. Parce qu'elle constitue un petit pas vers la régie des prix que préconise votre organisme; est-ce bien cela?—R. Non, je ne dirais pas un petit pas vers cet objectif. Nous l'appuyons en elle-même. Je ne crois pas qu'elle soit nécessairement un pas vers cet objectif. Je n'ai rien insinué de tel.

D. Vous avez affirmé qu'elle était un petit pas, un petit pas dans quelle direction?—R. Vers l'abaissement des prix.

D. Je comprends. C'est très important, car j'ai cru, en vous écoutant, que vous songiez surtout aux considérations humanitaires plutôt qu'au point de vue économique, à la base des prix réels ou au régime des prix réels. Mais si je simplifie trop votre attitude, je crois qu'il serait important de tirer cette distinction au clair; autrement dit, votre organisme s'intéresse-t-il à des prix moins élevés?—R. Oui.

D. Essentiellement à des prix moins élevés?—R. Oui.

D. Et non pas à combattre quelque coalition en particulier?—R. Non, pas particulièrement aucune personne ni aucun groupe. Ce sont les résultats qui nous intéressent.

D. Et les résultats de la fixation des prix de revente sont une forme de coalition?—R. C'est une entrave à la concurrence. A mon avis, le mot coalition s'appliquerait plutôt à un groupe de gens qui se concertent, tandis qu'ici il peut fort bien s'agir simplement de quelque personne ou quelque société ou corporation agissant pour son propre compte. Je crois qu'on désignerait sous le vocable de coalition plutôt un groupe plus nombreux d'individus.

D. Nous nous occupons ici d'une modification éventuelle à la loi des enquêtes sur les coalitions qui porterait sur la fixation des prix?—R. Oui.

D. Vous admettez qu'il s'agit d'une forme de coalition?—R. Oui.

D. Avez-vous quelque objection fondamentale à une prétendue coalition quand il s'agit des prix auxquels se vendent ses produits?—R. Nous nous opposons aux résultats. Au fond, je crois que notre façon de voir à cet égard est la même que celle de la loi elle-même. Si je ne me trompe, la loi ne rend pas la coalition elle-même sujette à poursuite, non plus que la partie connexe du Code criminel, mais bien une coalition qui agit au détriment de l'intérêt public par des moyens déterminés, mentionnés dans la loi, si je me souviens bien.

D. Je vous ai posé cette question à cause de la déclaration que vous avez formulée. Vous avez très clairement donné vos raisons de croire à cette question, qui, avez-vous dit, était d'ordre humanitaire?—R. Oui.

D. Et j'ai présumé que vous aviez probablement fondé vos opinions sur des raisons de simple humanité plutôt que sur des motifs d'ordre strictement économique?—R. Eh bien! nous nous sommes élevés contre cette pratique dans la mesure où les prix en étaient relevés au delà de ce qu'ils seraient autrement et je crois que c'est à cet égard que le consommateur devrait être protégé. Voilà, en deux mots, notre attitude.

D. Vous croyez que les grands magasins à rayons, les magasins à succursales multiples, auraient quelque influence sur la fixation des prix. Autrement dit, favoriseriez-vous la concurrence exercée par ces agences de distribution parce qu'elles ont une valeur et qu'elles défendent les intérêts du consommateur en général, contrairement à un régime de fixation des prix?—R. Vous me demandez si je préconise le maintien des magasins à succursales multiples et des magasins à rayons?

D. Je vous demande si vous pensez que les grands magasins à rayons et les magasins à succursales multiples ont quelque influence sur cet usage de fixer les prix de revente qui s'appliquent aux fabricants et aux détaillants? —R. Je crains ne pas comprendre. Je ne saisis pas encore tout à fait l'objet de votre question. Dans une certaine mesure, ces gens, comme d'autres détaillants, sont contraints de vendre à un prix établi de revente. Ils sont plus indépendants jusqu'à un certain point. Ils peuvent grâce à leurs propres marques concurrencer celles des fabricants.

D. Croyez-vous que, grâce à leurs barèmes de prix, ils exercent quelque influence à cet égard? Exercent-ils quelque pression en vue de maintenir la fixation des prix?—R. Je suis porté à le croire.

D. Vous pensez qu'ils doivent avoir quelque influence?—R. Oui, dans une certaine mesure.

D. Et diriez-vous qu'ils rendent par là service aux consommateurs en général?—R. Vous voulez dire: en faisant concurrence aux marchandises dont le prix de revente est fixé?

D. Oui.—R. Oui, je le crois.

D. Il a été question de marques. Est-ce relatif,—j'admets ce que vous dites, mais je voulais simplement l'éclaircir un peu; vous avez dit que vous ne pensiez pas que la marque des marchandises eût quelque rapport avec le prix? —R. J'ai dit qu'il n'y avait pas nécessairement de rapport.

D. Entre le prix et la qualité?—R. Entre la fixation des prix de revente et l'étiquetage des marchandises.

D. Sur quoi fondez-vous votre affirmation? Avez-vous quelque preuve à l'appui?—R. Rien sauf les observations consignées à mon mémoire.

D. Ce n'est pas surtout en rapport avec une marque privée comparativement, par exemple, à une marque utilisée par un magasin à rayons ou par des magasins à succursales multiples? Dans bien des cas ces derniers ont leurs propres marques spéciales; le fabricant n'a pas le droit de vendre cette marque à personne d'autre que les magasins à succursales multiples ou les magasins à rayons; mais voulez-vous parler des marchandises qui sont réparties parmi d'autres?—R. C'était bien plus simple, monsieur. Je croyais simplement, par exemple, que le fait qu'un article porte une certaine marque ne veut pas nécessairement dire qu'il doit se vendre au même prix dans tous les magasins où on l'offre en vente. Ainsi, prenons une marque particulière de café. Cela ne veut pas dire que tous ceux qui le vendent au pays dovent en exiger le même prix. C'est ce que je voulais dire; il n'y a rien, au fond, qui empêche les divers détaillants de vendre cet article particulier à différents prix; mais le régime de fixation des prix de revente les en empêche.

M. Fulton:

D. J'ai deux questions à poser, monsieur le président. Je tiens à comprendre très clairement, monsieur Forsey, cette pratique qui consiste à vendre un article à sacrifice; votre Congrès ne serait nullement opposé à une loi qui supprimerait cette pratique?—R. Non pas à l'usage en général de sacrifier un article, pourvu qu'on puisse en démontrer la raison. Nous doutons fort, de toute façon, que ce soit très important en ce moment. Quand la question sera soulevée, si on la soulève, et qu'on proposera une loi, il nous faudra étudier la question au fond et en déterminer la portée précise. Il arrive qu'on obtienne des marchandises offertes à des prix alléchants établis dans l'intention d'en disposer; ce ne sont pas des articles sacrifiés au sens d'une pratique d'affaires. Somme toute, nous ne croyons pas que l'usage soit suffisamment répandu actuellement et dans les circonstances actuelles pour qu'il y ait lieu de s'en inquiéter beaucoup.

D. Je tente tout simplement de m'assurer que je comprends bien cet aspect de la question. Je crois que l'un et l'autre sont importants et c'est pourquoi ma question touche cet usage qu'on entend, je crois, généralement quand on parle d'article sacrifié. Vous admettrez sans doute qu'il ne s'agit pas d'une concurrence loyale. Si on le prend dans ce sens, votre Congrès, sauf erreur, ne s'opposerait nullement à une loi qui rendrait cette pratique illégale—R. Voici comment je poserais le problème, monsieur Fulton; si l'on peut démontrer qu'un certain genre de concurrence produit des résultats néfastes, nous sommes en faveur d'une loi qui empêcherait de recourir à ce moyen peu souhaitable; mais nous ne sommes pas désireux de supprimer la concurrence dans toutes les circonstances sans tenir compte des résultats. Ce qui nous intéresse, ce sont les résultats; si l'on peut démontrer qu'un genre de concurrence en particulier a des résultats indésirables pour le public, nous sommes d'avis qu'il faut intervenir.

D. Autrement dit, votre attitude dépend de ce que l'usage de l'article sacrifié soit favorable ou non à l'intérêt public?—R. Oui.

D. Et vous n'iriez pas si loin à l'égard de la fixation des prix de détail... —R. Nous n'abordons le problème qu'à la lumière de l'intérêt public. Quand cette pratique devient préjudiciable à l'intérêt public, nous croyons qu'il y a lieu pour l'État d'intervenir au moyen d'une loi.

M. Thatcher:

D. Poursuivons, monsieur Forsey; s'il est prouvé par d'autres témoignages que ces prix ont été réduits grâce à la fixation des prix, votre Congrès s'opposerait-il à cet usage?—R. Ce qui nous intéresse, monsieur Thatcher, ce sont les résultats; si l'on nous démontrait que cette pratique est souhaitable, qu'elle est favorable à l'intérêt public, on pourrait nous convaincre de changer notre attitude.

M. Croll:

D. Voulez-vous vous reporter au bas de la page 6, monsieur Forsey? Reconnaissez-vous votre déclaration qui commence par le mot "deuxièmement"? Voulez-vous nous la lire, monsieur Forsey?—R. "Deuxièmement, les méthodes d'application décrites plus haut impliquent un régime de droit et de sanction privés qui ne laisse aucune chance d'en appeler devant les tribunaux établis."

D. Comment conciliez-vous cela avec le principe très important que vous venez d'énoncer?—R. Eh bien! c'est certainement une objection en principe. En toute franchise, je vous dirai que je parle ici au nom de nos membres; je crois pouvoir dire en leur nom, comme je l'ai dit ici, que ce sont les résultats qui les intéressent. Si l'on peut démontrer que cet usage a des résultats défavorables, ils tiendront à ce que le gouvernement intervienne. Si l'on ne peut le faire, je ne crois pas qu'ils s'en soucieront outre mesure. C'est peut-être une confession brutale, mais je crois que c'est l'atitude qu'ils prendront. Ils s'intéressent aux résultats,—et, à mon avis, ils ont raison. Quand il s'agit de telles questions, je me sens devenir un vieux Tory: pour moi, ce sont les résultats qui comptent. C'est ce que j'allais dire à l'égard de la question de M. Fulton. Je répète que si vous pouvez citer quelques cas où l'article sacrifié a de mauvais résultats, je ne m'en soucierais pas tellement. A mon sens, il faut que les abus se multiplient avant qu'il y ait lieu de faire intervenir la loi.

M. MacInnis:

D. M. Fulton m'a donné la permission de poser la question suivante. A l'égard de l'article sacrifié, si, après une enquête comme nous en avons mené à diverses reprises sur la fixation des prix de revente, on trouve une raison de légiférer contre l'article sacrifié, seriez-vous d'avis qu'on doive le faire?—R. Certainement. Nous nous fondons sur les faits. Nous voulons étudier les faits et les témoignages, puis tirer une conclusion découlant des témoignages. Si l'on peut signaler des abus considérables motivant l'adoption d'une loi, nous disons: oui, allez-y.

D. A l'égard des restrictions imposées à la concurrence, s'il doit y en avoir, vous estimez que ces restrictions devraient être imposées par une loi du parlement et non pas par le droit privé?—R. Je crois que c'est la meilleure atitude. Je sais que le colonel Croll va dire que je me contredis. Ce sont les résultats qui nous intéressent, mais je crois que notre attitude serait la suivante: s'il doit y avoir des restrictions, qu'elles soient publiques et non pas privées. C'est pourquoi, si l'on peut démontrer que les restrictions privées ne font pas grand tort, je ne crois pas que personne s'en fasse une montagne et même se soucie de...

M. Croll:

D. Le principe ne compte-t-il pas?—R. Je vous donne mon opinion sur la façon dont nos gens envisagent la question.

D. Je le sais, mais je parle à Monsieur Forsey, et non pas à 300,000 personnes. Je me rends compte que vous comprenez tout à fait la situation et c'est à vous que nous nous adressons. Je suis sûr qu'un machiniste répondrait: seuls les résultats m'intéressent. Mais ce n'est pas lui qui est ici; c'est vous qui témoignez, et cette question me semble le fondement de toute la mesure.—R. Je répète qu'il s'agit ici de législation ou de législation éventuelle et c'est de cette façon empirique que j'envisage la chose. La législation n'est pas seulement une question de principe. On veut l'établir sur des principes solides, assurément, mais il y a une foule de choses qui, à mon sens, ne relèvent pas de la législation. On n'invoque la loi que lorsque l'intérêt public subit un tort considérable, tangible. Il y a des millions de choses que je déplore en principe, mais je ne dirais pas qu'elles motivent l'adoption d'une loi, car bien que la situation particulière qu'elles créent, en certaines circonstances, pourrait avoir des suites néfastes, elle n'en a pas actuellement. Qu'on attende donc, pour établir une loi, d'avoir une raison importante, tangible. Il y a une énorme quantité de choses qui n'ont pas besoin d'être réglementées. Je ne crois pas qu'il vaille la peine de faire perdre du temps au Parlement ou à n'importe qui en s'occupant de choses qui n'ont pas une réelle importance. Je crois que la présente question est importante, mais si c'était seulement une question de principe, sans conséquences tangibles et immédiates, je dirais: pourquoi recourir à une loi?

D. Permettez-moi de poser une autre question. Dans certaines circonstances que vous jugeriez avantageuses, iriez-vous jusqu'à dire qu'on devrait établir un super-gouvernement, un gouvernement établi par des intérêts privés? —R. Non, mais c'est là une simple hypothèse. Somme toute, si l'on a un super-gouvernement, un gouvernement établi par des intérêts privés, je crois que l'intérêt privé en subirait des inconvénients immédiats, graves, considérables et indiscutables. Mais si vous dites à l'égard d'un cas particulier: voici une situation qui, théoriquement, si l'on tient compte de ses conséquences logiques, aurait tel ou tel résultat, je dis que la loi ne doit pas intervenir dans des questions de pure théorie ou de conséquences logiques. On ne doit y recourir, à mon avis, que lorsque l'intérêt public est gravement lésé ou est sur le point de l'être. Il y a des milliers de questions dont on peut dire: le principe est mauvais dans ce cas-ci ou dans ce cas-là, mais on ne demande pas au Parlement de légiférer à ce sujet à moins d'avoir une raison suffisante.

Le PRÉSIDENT: Peut-être M. Fulton peut-il revenir à sa question.

M. FULTON: Oublions la question de l'article sacrifié, sur laquelle je ne crois pas qu'on puisse arriver à une conclusion,—car vous n'êtes pas convaincu qu'il soit suffisamment au détriment de l'intérêt public,—j'aimerais revenir sur la question de la légalité de ces contrats. Veuillez croire que je n'entends pas vous engager dans une discussion d'ordre juridique, mais je crois nécessaire de faire une réserve. Sauf erreur, vous avez dit qu'à votre sens les contrats comme ceux que nous avons discutés et dont l'objet est de maintenir les prix de revente ne seraient pas défendables devant les tribunaux? C'est bien ce que vous avez dit?

Le TÉMOIN: C'est ainsi que je comprenais la situation. Je me suis largement inspiré, je crois, des observations formulées dans l'un de ces rapports par le commissaire préposé à l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions.

M. CROLL: Et de son témoignage.

M. FULTON: Précisons. Il s'est borné à affirmer qu'il ne croyait pas la loi actuelle suffisante pour motiver une poursuite contre quelqu'un qui serait accusé d'imposer un prix de revente,—ce qui est bien différent de la question que je pose actuellement à M. Forsey. Sauf erreur, M. Forsey a dit,—c'est une pure déclaration et je ne veux pas m'engager dans une discussion d'ordre juridique, mais je crois franchement qu'il est nécessaire de faire une réserve si telle a été sa déclaration,—il me semble qu'il a dit que ces contrats individuels, destinés à maintenir les prix de revente, seraient indéfendables devant les tribunaux?

M. BOUCHER: En Angleterre?

Le TÉMOIN: C'est une citation d'un passage du rapport de la Commission, à la page 24 du rapport final de la *Proprietary Articles Trade Association,* publié en 1927:

> Les sociétés Wampole, Colgate et d'autres ont depuis plusieurs années passé des accords relatifs à la fixation des prix. Elles ont absolument refusé de vendre leurs marchandises à marques connues à un grossiste ou à un détaillant qui ne s'engagerait pas à maintenir le prix fixé par le fabricant. De tels contrats ne sont pas légalement exécutoires au Canada.

C'est là-dessus que je me fondais. Je présumais que le commissaire avait une bonne opinion juridique à ce sujet; autrement il n'aurait pas dit cela. A titre de profane, je ne suis pas en mesure de discuter...

M. Fulton:

D. Votre déclaration se fonde sur celle du commissaire?—R. Oui.

D. Ne serait-il pas alors nécessaire, pour être absolument précis, de restreindre la déclaration aux contrats du genre dont parlait alors le commissaire, au lieu de l'appliquer en général au contrat ou accord touchant la fixation des prix de revente?—R. C'est possible. J'avais l'impression que ses observations visaient bien d'autres contrats, mais, strictement parlant, cela ne s'applique qu'aux prix du contrat qu'il a mentionné. Je croyais que l'application en était plus étendue, mais c'est peut-être dû à mon ignorance des questions d'ordre juridique.

A ma propre décharge, je dois ajouter qu'on peut obtenir d'assez bonnes opinions juridiques sur des aspects bien différents de ces questions, même des opinions judiciaires.

M. THATCHER: Permettez. Je me demande si nous ne pourrions pas rappeler monsieur Forsey à témoigner, vu qu'il ne reste que dix minutes de temps libre.

Le PRÉSIDENT: Ne pourrions-nous pas poursuivre nos délibérations jusqu'à une heure? Il n'y a que trois autres personnes qui désirent prendre la parole.

Le TÉMOIN: J'ai peut-être parlé trop longtemps.

Le PRÉSIDENT: M. Stuart est le suivant.

M. STUART: Je me borne à lire l'article 29 de la loi des enquêtes sur les coalitions:

> 29. Toutes les fois que, par suite ou comme résultat d'une enquête tenue sous le régime des dispositions de la présente loi, ou à la suite ou comme résultat d'un jugement de la Cour suprême ou de la cour de l'Échiquier du Canada, ou de toute cour supérieure, ou cour de circuit, de district ou de comté au Canada, le gouverneur en son conseil est convaincu qu'il existe au sujet d'un article de commerce une coalition quelconque dans le but de favoriser indûment les fabricants ou marchands au détriment du public, et s'il paraît au gouverneur en son

conseil que ce désavantage pour le public est facilité par les droits de douane imposés sur cet article, ou sur tout article de même nature, le gouverneur en son conseil peut prescrire que cet article soit admis en franchise au Canada ou que les droits sur cet article soient abaissés jusqu'au montant ou taux qui, de l'avis du gouverneur en son conseil, procurera au public le bénéfice d'une concurrence raisonnable. 1923, c. 9, art. 23; S.R., 1927, c. 26, a. 29.

A votre avis, pourrait-on appliquer cet article de façon plus avantageuse pour le pays?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Stuart, nous nous bornons ici à discuter la fixation des prix de revente. Votre question doit donc s'y rapporter.

M. Stuart:

D. Oui. Les fabricants canadiens ont-ils, à votre avis, profité de la protection douanière pour maintenir leurs prix bien au-dessus de ceux que l'on paie pour le même article fabriqué aux États-Unis?—R. Dans certains cas, je crois que oui; mais j'avoue que, ne m'attendant pas à cette question, je m'abstiendrai de fournir des détails à ce sujet avant d'avoir eu le temps de préparer une réponse convenable.

A mon avis, ce remède-là ne suffira pas à régler la question, ou le problème, dont est saisi le Comité. Si vous voulez avoir mon opinion, je dirai que toute la chose est soumise à certaines réserves, qu'elle "comporte des "si" ", comme dirait M. Roosevelt; je doute fort que, même poussée à la limite, la mesure tranche le problème qu'on nous demande de résoudre.

D. Il y a encore une autre question qui, elle, se rapporte au "prix de sacrifice", auquel recourent divers magasins.

Des VOIX: L'article sacrifié.

M. Stuart:

D. L'article sacrifié, dis-je. Estimez-vous qu'il profite à la majorité des gens?—R. De quoi parlez-vous?

D. De l'article sacrifié. Profite-t-il ou nuit-il à la majorité des gens? En d'autres termes, puis-je m'exprimer de la sorte: si un produit qui se vend normalement un dollar est liquidé, à titre d'"article sacrifié", à 75c., la plupart des gens en bénéficieront-ils ou y perdront-ils?—R. Je crois qu'il n'est guère possible de vous répondre catégoriquement. Cela dépend, d'une part, de la fréquence de cette pratique, d'autre part, de la qualité de l'article, et, de plus, des raisons qui en ont motivé le prix; enfin, il s'ajoute à cela divers autres éléments. Je ne saurais vraiment vous donner une réponse catégorique.

D. Cette pratique pourrait-elle éventuellement nuire à plus de gens qu'elle n'en avantagerait?—R. Peut-être bien, en effet.

D. Peut-être?—R. Oui, mais si la pratique ne prenait qu'un caractère occasionnel, personne n'en serait lésé.

Le PRÉSIDENT: La parole est au ministre.

L'honorable M. Garson:

D. Je conclus de votre témoignage qu'à votre avis il n'y aurait théoriquement aucune raison pour laquelle le maintien des prix de revente ne vaudrait pas autant pour les marchandises sans marque de fabrique que pour les articles estampillés?—R. Je ne vois pas pourquoi il ne s'y appliquerait pas. Il est probablement plus facile de l'appliquer aux articles marqués.

D. Savez-vous si certaines marchandises qui ne portent pas de marque de fabrique sont jamais assujéties à la fixation des prix de revente?—R. Non, je l'ignore.

D. Je veux m'assurer d'avoir bien compris les arguments que comporte votre mémoire. J'en conclus qu'étant donné les circonstances actuelles, votre groupement est en faveur d'une réglementation officielle des prix?—R. En effet.

D. Mais que, si vous ne pouvez obtenir cette réglementation de l'État, vous vous opposez à ce qu'une régie privée s'exerce indépendamment du Parlement et des tribunaux?—R. Parfaitement.

D. Et en l'absence de la réglementation officielle des prix que vous préconisez, vous seriez en faveur de la liberté réelle de l'entreprise privée qui laisserait à celle-ci toute initiative?—R. C'est bien cela.

L'honorable M. Golding:

D. La discussion de ce matin était très intéressante, mais à titre de membre du Comité, il me tarde d'apprendre de quelle façon cette pratique a touché le consommateur; lui a-t-elle porté préjudice? Quel a été son rôle à l'égard de l'augmentation du coût de la vie? Je crois pouvoir conclure, monsieur Forsey, que vous n'avez aucun témoignage susceptible de démontrer le préjudice que le prix imposé porte au public ou l'effet qu'il exerce sur la hausse des prix? Ai-je raison?—R. Nous n'avons que les preuves consignées à notre mémoire.

D. Mais vous n'avez, en réalité, rien souligné dans votre témoignage qui le démontrerait? Ma conclusion est motivée n'est-ce pas?—R. Oui, dans le délai dont nous disposions, nous n'avons été aucunement en mesure de présenter des cas d'espèces. J'en suis désolé, mais nous n'avons pu le faire.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Carter.

M. Carter:

D. Pendant que nous discutions l'article sacrifié, je me demandais si M. Forsey se prononcerait sur l'effet qu'aurait cette pratique sur une industrie comme celle de la boulangerie, par exemple? Celle-ci vend ses produits en gros aux magasins à succursales multiples, mais elle se livre, d'autre part, au commerce de détail. Quand les grands magasins à succursales multiples vendent le pain au-dessous du prix de revient, cela ne nuit-il pas aux autres détaillants ainsi qu'à l'industrie dans son ensemble?—R. Cela pourrait, en effet, porter préjudice aux autres détaillants. Mais il faut tenir compte des deux côtés de la médaille. Il y a lieu d'examiner la question dans son ensemble afin de voir si les effets bienfaisants de la mesure compensent les inconvénients qu'elle présente.

D. La nature même de l'industrie en cause veut que les fabricants soient en même temps détaillants.

L'honorable M. Lambert:

D. N'est-il pas important d'examiner à ce propos le sens exact du terme "au-dessous du prix de revient"?—R. Extrêmement important.

D. Il existe, en effet, certains magasins à succursales multiples qui font leur propre pain et le vendent non enveloppé ou sous papier ciré, faisant ainsi concurrence aux boulangeries connues, qui vendent leur produit au détail. Leurs prix sont moins élevés, mais je doute fort qu'ils soient "au-dessous du prix de revient".—R. C'est justement pour cette raison, monsieur le sénateur,

que j'ai tâché de me couvrir dans l'échange de vues que j'ai eu avec M. Fulton. Tout ce qui brille n'est pas or et tout ce que l'on appelle "article sacrifié" ne l'est pas nécessairement.

D. Il me semble, monsieur Forsey, que si vous pouviez demander à votre organisation de nous fournir une déclaration plus circonstanciée, plus complète, fondée sur des renseignements pertinents, cela constituerait une documentation précieuse pour le consommateur.—R. Je veux bien essayer.

D. Je ne vous demande pas de le faire, mais il me semble qu'il nous serait utile d'obtenir de plus amples renseignements.—R. Nous aurions été heureux de pouvoir vous les fournir; je regrette que nos ressources et le temps dont nous disposions ne nous l'ont pas permis. Si le Comité siège assez longtemps, je suis tout disposé à essayer, mais ce n'est pas une chose qui se bâcle du jour au lendemain.

Le PRÉSIDENT: La parole est au sénateur Fogo.

L'honorable M. Fogo:

D. On a répondu à la plupart des questions que j'avais à l'esprit, mais je reviendrai peut-être sur la déclaration de M. Forsey au sujet des syndicats ouvriers d'envergure nationale. Je me demande s'il n'en a pas oublié un. Y a-t-il une organisation dénommée "Fédération canadienne du Travail"?—R. Vous pouvez la qualifier de syndicat si vous voulez...

D. Je ne qualifie rien; je vous pose simplement une question.—R. ...pour autant qu'elle existe, mais nous avons tout lieu de douter de son authenticité. Ce n'est pas une organisation ouvrière comme le comprend le mouvement syndicale; tous les syndicats réguliers la désavouent. C'est "une vaste blague, un énorme trucage", comme l'aurait si bien dit mon vieil ami M. Meighen.

D. A votre avis, combien la Fédération canadienne du Travail possède-t-elle de membres environ?—R. Je puis vous dire le chiffre exact. Elle en revendiquait 3,971 le 1er janvier 1951. La Fédération avait alors six succursales locales; elle en avait perdu une au cours de l'année.

Le PRÉSIDENT: Nous sommes arrivés au second tour, à moins qu'un de ces messieurs qui n'a pas encore pris la parole ne désire le faire maintenant? Le premier à prendre la parole au second tour est M. Croll.

M. Croll:

D. A la suite des questions posées par les Sénateurs Golding et Lambert, vous avez eu, la semaine dernière une réunion de l'exécutif de votre organisation, et vous y avez débattu deux ou trois sujets dont l'un était la fixation des prix.—R. J'ignore le nombre des problèmes traités, car je n'ai pas assisté à la séance.

D. Mais l'exécutif a discuté la fixation des prix?—R. Oui.

D. Il a adopté une résolution?—R. En effet.

D. A l'unanimité?—R. Sauf erreur, oui.

D. Je voudrais déterminer la portée des vues du groupement.—R. Il me semble qu'en ce qui concerne ce qui est survenu à la réunion du conseil exécutif, il vaudrait mieux interroger M. Harry Chappell, notre secrétaire-trésorier.

M. CHAPPELL: Si vous me permettez de répondre à cette question, je dirai que la décision a été prise à l'unanimité par la réunion la plus nombreuse du conseil que nous ayons eue depuis des années.

M. BEAUDRY: Je voudrais simplement apporter une rectification au compte rendu, monsieur le président. J'ai dit que j'étais complètement d'accord avec

les artisans qui utilisaient tous les moyens de sauvegarder leur respect d'eux-mêmes et de préserver la dignité humaine dans son ensemble. J'aimerais insérer le mot "légaux" après le mot "moyens".

M. Fulton:

D. Le seul point que je voudrais éclaircir se rapporte à la réponse de M. Forsey à propos de la pratique dite de l'"article sacrifié". Je signale que ma question relative à l' "article sacrifié" se réfère à l'usage qui consiste à vendre des produits de marque au-dessous du prix de revient, afin d'enlever des clients à ses concurrents. Mes questions se rapportent à cette pratique. Les ayant ainsi précisées, je vous demande encore une fois: votre organisation prend-elle, à l'heure actuelle du moins, position contre une mesure législative qui rendrait cet usage illégal?—R. S'il avait pour résultat de graves dommages, elle ne s'y opposerait pas. Si vous n'avez que des incidents isolés, des cas exceptionnels, je crois qu'il n'y aurait pas lieu d'avoir recours à une mesure législative. Mais s'il vous est possible de nous démontrer qu'il s'agit d'un usage très répandu à conséquences nuisibles, il faudrait, à tout prix, aviser par la voie législative.

D. Etes-vous disposé à aller encore plus loin en disant que les détaillants qui examinent la législation en cause et ses suites sont justifiés quand ils craignent les conséquences de cet usage, tout comme vous considérez vous-même la fixation des prix comme susceptible d'engendrer une situation peu souhaitable?—R. Vous voulez dire qu'ils ont raison de craindre les conséquences de la mesure proposée?

D. Non, de s'inquiéter des conséquences possibles d'une mesure déclarant la fixation des prix de revente illégale sans déclarer également contraire à la loi l'usage dit de l' "article sacrifié", dont j'ai fait mention.—R. Non, je n'irai pas jusqu'à dire cela et je doute fort que l'état de choses actuel puisse être pour nous une cause de soucis.

M. CROLL: Au fait saviez-vous que les États-Unis, sinon dans leur ensemble, du moins en ce qui concerne la majorité des États fédérés, ont jugé nécessaire de régler la question de l' "article sacrifié" par des mesures législatives?

Le TÉMOIN: Non, je ne le savais pas.

M. STUART: A propos de l' "article sacrifié", y aurait-il une grande différence entre la marchandise désignée de la sorte et le cas où un magasin de vêtement dans une ville quelconque annoncerait, à grand renfort de publicité, qu'il a réduit le prix de tous ces articles de 20 p. 100? Lorsqu'un commerçant désire faire paraître une annonce dans laquelle il indique que toute sa marchandise se vend à un rabais de 20 p. 100, y a-t-il quelque chose à redire?

M. THATCHER: Ce n'est pas là recourir à l' "article sacrifié".

Le TÉMOIN: Évidemment, il se s'agit pas de l' "article sacrifié".

M. CROLL: Celui qui agfit ainsi se coule complètement au bout d'un certain temps.

Le TÉMOIN: Il ne peut s'agir d'un seul "article sacrifié", puisqu'on réduit le prix de tout le stock.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre.

Le TÉMOIN: Je m'excuse d'avoir interrompu le débat. Je voudrais simplement dire qu'il pourrait ne pas y avoir de perte.

M. STUART: C'est tout à fait mon avis. Je ne crois pas qu'un détaillant vendra sa marchandise au-dessous du prix de revient.

Le TÉMOIN: Il le fera peut-être dans certains cas.

M. BEAUDRY: Alors on ne saurait l'accuser de recourir à l' "article sacrifié".

Le PRÉSIDENT: Pour conclure, l'un des conseillers juridiques désire-t-il poser une question?

M. PHELAN: J'aimerais poser une ou deux questions qui me semblent pertinentes.

M. Phelan:

D. Monsieur Forsey, les membres du Comité ont paru s'intéresser aux renseignements qu'ils pourraient obtenir dans le domaine des prix imposés et non-imposés..., à des données statistiques par exemple.—R. En effet.

D. Pourriez-vous me dire si l'enquête que je vais mentionner est de nature à profiter au Comité? La revue *Fortune* et un certain nombre d'autres organisations nationales aux États-Unis ont récemment établi un rapport après avoir mené une vaste enquête à ce sujet. Elles ont choisi une certaine quantité d'articles dont le prix était fixé et en ont comparé les prix à Washington, où il n'existe pas de loi relative aux prix, avec ceux auxquels on les vendait dans les États voisins où existent des lois relatives aux prix. Le résultat important de cette enquête est que les prix étaient plus bas à Washington. La situation là-bas ne serait-elle pas comparable à la nôtre, de sorte que le Comité pourrait faire usage de ce rapport?—R. Il me semble que oui. A mon avis, les coutumes commerciales au Canada et aux États-Unis ont beaucoup de similarité. En somme, un grand nombre d'entreprises établies au Canada ne sont que des succursales de maisons américaines; il en est de même de plusieurs maisons de détail.

D. Il y a un excellent article là-dessus dans *Fortune*.

M. THATCHER: Avant de clore le sujet...

M. BEAUDRY: Pourrais-je proposer, avec tout le respect dû à cette assemblée, qu'à mon avis, nous demandons au témoin de nous donner ce qui n'est, à tout prendre, qu'une opinion, c'est-à-dire une réponse fondée sur son opinion personnelle.

L'honorable M. GARSON: Je voudrais, toutefois, relever qu'il s'agit d'une réponse fondée sur son opinion en tant qu'économiste. La question se pose de savoir si la comparaison entre les prix imposés par la fixation du prix de revente dans certains États d'Amérique, et les prix courants dans d'autres États où cette mesure n'est pas en vigueur aurait, de l'avis d'un économiste, une valeur quelconque pour le Comité. Je ne connais d'ailleurs personne dans ce pays dont j'estime plus hautement l'avis que M. Forsey.

Le TÉMOIN: Le ministre est un de mes bons amis; il ne faudrait pas prendre cette remarque trop au sérieux.

M. PHELAN: Je voulais simplement vous demander si vous concédez de la valeur à cette mesure.

Le TÉMOIN: Si vous voulez que je vous donne des précisions, il ne faudrait pas leur prêter une valeur absolue, car il y a une grande différence entre l'état de choses existant aux États-Unis et la situation au Canada, mais il me semble, toutefois, que la mesure aurait quelque utilité.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Thatcher.

M. THATCHER: A la suite de la question posée par M. Phelan, je dirais qu'elle serait utile, mais je ne vois pas pourquoi nous devrions nous appuyer sur les prix américains. La meilleure façon de procéder ne consisterait-elle pas à convoquer certaines sociétés qui vendent des articles aux prix imposés à d'autres prix afin de leur demander une longue liste de cours et de pouvoir comparer les deux cas. Il me semble que ce serait la meilleure façon pour le Comité de se rendre compte de la situation au Canada.

Le PRÉSIDENT: Étant donné qu'à la prochaine séance du comité du programme et de la procédure, nous saurons quels mémoires on nous remettra, nous serons à même de choisir les témoins qu'il nous faudra convoquer.

M. Phelan:

D. Il me semble que vous avez traité à fond la deuxième question, mais j'ai cité cet exemple, afin de savoir si je me rendais parfaitement compte de votre position. Nous savons, par expérience, que deux commerçants établis dans la même ville sont susceptibles de vendre leurs marchandises à des prix divers. Les prix de l'un sont en partie dus à ce qu'il s'est installé dans un quartier où les loyers sont bas, et qu'il fournit des services à bon marché, et ainsi de suite. Les prix de l'autre commerçant sont plus élevés, parce qu'il se trouve dans un quartier plus élégant ou tout est plus cher, etc. Le client a bien le droit de décider s'il s'approvisionnera au prix fort ou au prix modique?—R. En effet.

D. Votre opposition s'appuie-t-elle sur le fait que la fixation des prix de revente ôte ce privilège au client?—R. C'est là une de nos objections.

Le PRÉSIDENT: Demain, à trois heures et demie, nous entendrons l'*Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association,* dont le mémoire nous est parvenu; jeudi ce sera le tour de l'Association canadienne des produits pharmaceutiques, et vendredi, celui de la Fédération canadienne des associations du commerce de détail, dont des exemplaires de l'exposé seront distribués.

M. THATCHER: Question de règlement: nos séances doivent-elles toujours se tenir de 10 h. et demie à 1 heure? Ces heures ont-elles été fixées?

Le PRÉSIDENT: J'ose le croire, parce que la plupart d'entre nous désirons terminer nos affaires courantes le plus vite possible après les avoir examinées à fond.

(La séance est levée.)

APPENDICE A

MÉMOIRE SOUMIS PAR LE CONGRÈS CANADIEN DU TRAVAIL AU COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Ottawa (Ontario)
le 20 novembre 1951.

Messieurs le Président et membres du Comité,

Le Congrès canadien du Travail regrette qu'étant donné le temps dont il disposait, il lui a été impossible de préparer à ce sujet un mémoire aussi complet et documenté que le Comité est en droit d'exiger. Ce n'est que le 6 novembre que la Chambre des Communes a voté la motion constituant le Comité. Et ce n'est que le 13 novembre, tard dans l'après-midi, que le Congrès a appris qu'il devait remettre son mémoire au Comité le 19 novembre. Cela nous a laissé trois jours ouvrables pour rassembler la documentation et rédiger cet exposé. Ce n'est pas suffisant.

On pourrait croire qu'étant donné l'intérêt particulier qu'il porte à tout ce qui a trait aux prix et au coût de la vie, le Congrès aurait dû disposer d'une documentation complète prête à être produite à n'importe quel moment. Ce n'est pas le cas. Le Congrès n'est pas d'avis que la loi d'enquête sur les coalitions (ainsi que les dispositions du Code criminel s'y rapportant), ni l'interdiction de la fixation des prix de détail, auront un effet marqué sur le coût de la vie. Dans les termes dont s'est servi M. Johnson, "c'est comme si l'on allumait à Calais une chandelle d'un sou afin d'éclairer Douvre". C'est la raison qui a poussé le Congrès à se concentrer sur la réglementation des prix, qu'il juge beaucoup plus efficace.

Toutefois, l'interdiction de fixer les prix de revente était l'unique mesure nouvelle qu'offrait le Gouvernement afin de résoudre le problème du coût élevé et croissant de la vie. A ce titre, le Congrès l'a bien accueillie, dans un esprit "de reconnaissance pour chaque petit bienfait". Le Congrès, qui est toujours disposé à l'accueillir favorablement, espère que le Comité en appuiera la mesure.

La fixation des prix de revente est une vieille histoire au Canada. Présentée sous l'empire de la loi des enquêtes sur les Coalitions toute une série de rapports en ont noté l'existence et l'ont condamnée.

Les deux exposés concernant l'Association du Commerce des spécialités, établis en 1926 et en 1927, ont traité le sujet. Il y a lieu de rappeler que cette Association comprenait 157 fabricants de produits pharmaceutiques, 28 pharmaciens en gros, et 2,732 pharmaciens détaillants. Le rapport provisoire de 1926 indique à la page 18: "Les accords ne pouvaient être plus clairs en ce qui concerne l'intention de fixer les prix au détail. De plus, l'intention a été mise à exécution, ainsi qu'en témoigne la liste d'environ 600 articles brevetés, en regard desquels figurent les prix minimums en gros et au détail, que l'Association du Commerce des spécialités a publiée avant le 28 août 1926, date à laquelle les nouveaux prix sont entrés en vigueur. Il est entendu que les fabricants ont, chacun, proposé les prix de leurs propres articles; mais... la fixation des prix en elle-même ainsi que l'organisation nécessaire à leur établissement ne sont pas l'œuvre de chaque fabricant, mais de l'Association dans son ensemble".

Cette dernière phrase est néanmoins précisée par une observation parue dans le rapport définitif, en 1927. A la page 24, ce document indique que les sociétés *Wampole* et *Colgate*, ainsi que "d'autres encore", auraient "adopté depuis bon nombre d'années des ententes visant la fixation des prix". Elles

ont absolument refusé de vendre leurs articles de marque à un grossiste ou détaillant qui ne s'engageait pas à maintenir le prix de revente imposé par le fabricant. L'exécution de pareils contrats n'est pas obligatoire en vertu de la loi, mais conformément au témoignage, les fabricants intéressés n'ont pour ainsi dire éprouvé aucune difficulté".

En d'autres termes, en ce qui concerne le commerce des produits pharmaceutiques, certains fabricants, à titre particuliers, ainsi que des groupes de fabricants ont, de concert avec les grossistes et les détaillants, imposé des prix de revente à l'égard d'un grand nombre de produits.

Le rapport définitif de l'Association du Commerce des spécialités notait à la page 17, que les tabacs et la plupart des produits assimilés vendus par les pharmaciens appartenant à l'Association du Commerce des spécialités se "débitaient au prix minimum". Onze ans plus tard, l'enquête sur la coalition du tabac relevait que l'*Imperial Tobacco* n'imposait pas seulement les prix de revente, par l'intermédiaire d'une filiale, l'*Imperial Tobacco Sales*, mais qu'elle aidait à fixer ces taux au regard des produits des autres fabricants de tabac. Les contrats de l'*Imperial Tobacco Sales* prévoyaient que le détaillant ne devait pas revendre les articles de l'*Imperial Tobacco* au-dessous des prix imposés par celle-ci, ni aucun autre produit au-dessous du taux exigé par les fabricants. (Rapport sur la coalition du tabac, 1938, pages 24 à 27.) Le rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix, 1935, page 35, l'avait déjà signalé.

Le rapport concernant le matériel dentaire de 1947 traitait également de la fixation des prix au détail. Mais dans ce cas, celle-ci semble avoir été le fait de l'Association canadienne du commerce des produits dentaires, qui est une filiale régionale de l'*American Dental Trade Association.* L'association américaine comprenait les fabricants, tandis que ceux-ci ne faisaient pas partie du groupement canadien, étant donné qu'il n'y en avait pour ainsi dire pas au Canada. Les négociants au Canada procédaient à la fixation des prix "souvent sans discussion préalable avec leurs collègues américains". Ils alléguaient à leur décharge qu'ils ne faisaient qu'indiquer à leurs membres une ligne de conduite pour le cas "où ils se trouveraient devant une proposition de prix de revente émanant des fabricants". (Page 36). L'exposé observait également que "s'il était vrai que les membres de l'association acceptaient simplement la fixation des prix de revente proposés par les fabricants américains, un accord de ce genre aurait pour résultat d'entraver la concurrence ou d'en diminuer considérablement l'envergure". (Page 38). "Dans certains cas, déclarait plus loin le texte, l'entente avait pour conséquence la fixation des prix au détail qu'indiquait le fabricant". (Page 84).

Dans le rapport sur les articles de lunetterie de 1948, le Commissaire appelait l'attention sur le fait que de 1939 jusqu'au début de 1947, peu après les premières audiences de l'enquête, l'*American Optical* "régissait les prix minimums imposés au détail", et que même lorsque cette société eut cessé de le faire, les commerçants s'étaient tellement accoutumés "au niveau élevé des prix" que "peu d'entre eux étaient enclins à le baisser au-dessous du minimum imposé, tandis que beaucoup d'autres étaient en mesure de maintenir les prix sensiblement au delà de cette limite". (Page 79). Le rapport ajoutait encore ce qui suit: "Le grief fondamental contre une politique de fixation des prix de revente consiste en ce que celle-ci supprime généralement la concurrence entre les commerçants à l'échelon de la vente des articles en cause. Dans les branches du commerce où les marchandises proviennent de sources diverses et où, seuls, quelques fabricants défendent la vente au-dessous du prix minimum qu'ils indiquent au détaillant, le consommateur jouit d'une protection relative. Il peut choisir les produits des fabricants qui n'imposent pas de limites. Mais cette solution, c'est-à-dire la possibilité de se procurer des marchandises au

prix non imposé n'est parfois qu'une piètre garantie pour le public. Elle se révèle surtout insuffisante lorsque la demande (souvent stimulée par les fournisseurs) porte en grande partie sur les articles que frappe un prix limite.

Le rapport établi en 1948 sur la boulangerie dans l'Ouest du pays appelle également l'attention sur la fixation des prix de revente, dans les termes suivants: "Le témoignage établit que les boulangers ne s'inquiétaient pas seulement de fixer et de maintenir un prix de gros uniforme, mais un prix unique au détail. Le principe même dont s'inspire la fixation des prix de revente a empêché les détaillants de faire bénéficier les consommateurs des remises et des escomptes dont ils jouissent eux-mêmes." (Page 80).

Quant au rapport de 1949 sur la coalition des allumettes, il consacre tout un chapitre à la fixation des prix au détail. On peut y lire, en guise de conclusion: "S'il est évident que des groupes d'établissements commerciaux étaient désireux de voir l'allumière Eddy établir des prix de revente et les faire respecter, parce qu'ils y voyaient leur propre protection contre l'âpre concurrence en matière de prix, il ne l'est pas moins que l'allumière Eddy a fait servir son programme de maintien des prix de revente à ses propres fins, soit à la restriction des ventes des sociétés rivales aux périodes où des fabricants indépendants étaient en opération. Dans ce domaine comme dans d'autres, l'allumière Eddy a cherché à faire disparaître dans la plus grande mesure possible toute concurrence dans l'industrie canadienne des allumettes et à enrayer toute concurrence susceptible de nuire à son propre programme en matière de prix qu'elle avait pu élaborer parce qu'elle contrôlait efficacement l'industrie des allumettes." (Page 165-166).

Le prochain commentaire officiel relatif à la fixation des prix de revente semble avoir paru dans le rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix en 1949. A la page 31 du tome I du rapport, on trouve le passage suivant: "La fixation des prix de revente, comme toutes les autres méthodes de restriction de la concurrence offre apparemment au manufacturier et au distributeur le moyen de mettre fin à la lutte perpétuelle qu'il leur faut livrer pour triompher des obstacles naturels d'un marché libre. Mais leur solution est illusoire, pensons-nous. Non seulement elle tarit l'esprit d'initiative dont s'alimente toute vie industrielle et commerciale normale, mais elle prive le consommateur de son droit de rechercher et d'encourager le distributeur le meilleur, en particulier celui qui, à la longue, finit par offrir en vente des marchandises à des prix inférieurs à ceux de ses rivaux." A la page 47, le rapport ajoute: "Durant tout le cours de notre enquête, nous avons été frappés par la façon dont les différents fabricants fixent les prix de revente de leurs produits et, partant, restreignent les limites entre lesquelles la concurrence des prix peut jouer entre grossistes et entre détaillants. Vu la généralisation de ce procédé, nous recommandons que la Commission d'enquête sur les coalitions commerciales étudie sérieusement ce problème, pour lui trouver une solution."

On trouve encore, dans le tome II dudit rapport, aux pages 276-280, la déclaration suivante: "Il est fait allusion fréquemment dans ce rapport et dans les témoignages aux prix de vente obligatoires comme étant une des causes de l'augmentation des frais de distribution... Quelques entreprises ont admis,... qu'elles établissent les prix de revente des chemises et des chaussures... Il est évident que ce procédé se répand et qu'il se répercute sur les prix que le public doit payer pour un certain nombre de marchandises.

...Aux États-Unis, la "Miller-Tydings Enabling Act" a légalisé le prix de vente obligatoire dans le commerce entre États. Nous croyons qu'il serait malheureux pour les consommateurs canadiens qu'une telle méthode fût légalisée ou encouragée chez nous. Il serait plutôt d'intérêt public de la combattre ou au moins d'en éliminer les mauvaises caractéristiques."

Le rapport se prononce ensuite contre la fixation des prix en citant l'ancien commissaire chargé de l'application de la loi relative aux enquêtes sur les coalitions et conclut: "Notre étude du problème de la fixation du prix de revente obligatoire a nécessairement été incomplète et nous n'avons pu déterminer toutes les circonstances qui rendent cette méthode contraire à l'intérêt public. Les exemples que nous avons examinés démontrent que, dans l'ensemble, les désavantages dont souffrent les consommateurs par suite de cette méthode, dépassent de beaucoup tout avantage possible. Il semble que, dans certaines circonstances, par exemple, quand un certain nombre de distributeurs s'associent dans le but de s'entendre avec un manufacturier sur un prix de revente obligatoire, ou encore, quand plusieurs manufacturiers s'unissent pour la même fin, il semble que la loi d'enquête sur les coalitions commerciales peut prévenir les restrictions indues. Un problème tout à fait différent se pose quand un manufacturier isolé, agissant indépendamment des autres manufacturiers et sans qu'il soit l'objet de pression de la part des distributeurs, exige de tous les détaillants qu'ils respectent le prix de revente minimum qu'il a fixé. Cela élimine ou au moins restreint la concurrence. Si l'on tente de corriger cet état de choses, il faut tenir compte du volume des ventes de ce manufacturier proportionnellement aux ventes totales des marchandises de même catégorie et de même sorte, de la disponibilité des autres marchandises semblables qui ne sont pas assujetties à une telle restriction, et de la mesure suivant laquelle le tarif douanier permet ou interdit l'importation des marchandises qui entreraient en concurrence avec celles dont le prix a été ainsi fixé. Des considérations semblables peuvent aussi s'appliquer là où la politique des entreprises est moins définie, et se borne à faire une suggestion plutôt qu'à montrer trop d'insistance."

Le Comité aura pu remarquer que, dans un certain nombre de cas où le prix de revente est obligatoire, ainsi que l'ont relevé certains rapports établis en vertu de la loi des enquêtes sur les coalitions, le procédé en cause était l'œuvre d'une association ou d'un groupe et faisait, par conséquent, l'objet du texte actuel de la loi. Il n'en était pas ainsi dans certains cas cités dans le rapport sur le commerce des spécialités, ni de l'activité de l'*Imperial Tobacco*, de l'*American Optical* ou de l'allumière Eddy. Le Congrès est, en outre, d'avis qu'il n'en est pas ainsi dans plusieurs autres cas. Si l'usage est jugé peu souhaitable en ce qui concerne ces derniers, il y aurait lieu de prendre de nouvelles mesures législatives couchées dans les termes que recommande la Commission MacQuarrie.

La fixation des prix de revente par un fabricant particulier est-elle peu souhaitable? Le Congrès est de cet avis.

Sans aucun doute, la fixation du prix de revente limite la concurrence. Si l'hypothèse sur laquelle se fonde la loi des enquêtes sur les coalitions est exacte (et le Parlement, ainsi que les électeurs étant donné la persévérance avec laquelle ils continuent à réélire le parti qui en est responsable, semblent l'accepter comme telle), tout ce qui est de nature à restreindre la concurrence est, à prime abord pour le moins, suspect. La responsabilité de prouver qu'une pratique restrictive est souhaitable incombe à ses tenants. Après avoir procédé à l'examen des arguments de ceux-ci, ainsi que des raisons avancées par les adversaires de la fixation du prix de revente, le Congrès n'est guère convaincu.

La déclaration britannique résume parfaitement les objections à la fixation des prix de revente, dans les termes suivants: "Il est pleinement évident que les frais de revente varient sensiblement dans chaque cas; c'est, d'ailleurs, logique. Un magasin a des stocks considérables; il maintient un service de livraison coûteux et accorde des crédits à long terme; un autre ne tient que

de la marchandise rapidement écoulée selon le principe de la vente au comptant de la main à la main. Les deux commerçants servent bien le public, mais il est évident qu'ils lui offrent des services de nature diverse, dont l'un coûte plus cher que l'autre. Le premier marchand dépense 5 shillings pour chaque livre sterling de ventes, tandis que le second n'en dépense que 4; néanmoins, lorsqu'il s'agit d'articles dont le prix est imposé, les deux commerçants doivent s'en tenir à la même marge de profit brut pour couvrir des frais d'importance différente.

"De l'avis du Gouvernement, cet écart dans les frais d'exploitation devrait se traduire par une différence dans les prix exigés du public. Certaines gens préfèrent accorder leur clientèle à un magasin qui leur livre les achats en leur faisant crédit. Il n'est que raisonnable que le marchand auquel ce genre de services occasionne des frais en tienne compte en établissant ses prix. Si d'autres personnes se contentent d'un service moins parfait et par conséquent moins coûteux, elles devraient payer la marchandise moins cher. Le Gouvernement n'a pas exprimé l'avis qu'une forme de service était "meilleure" ou plus souhaitable du point de vue social qu'une autre. Mais il estime que le public doit pouvoir choisir librement entre différentes qualités de services à des prix différents, de même qu'il lui est loisible d'opter entre diverses qualités de marchandises dont le coût varie en conséquence. A l'heure actuelle, le libre choix est supprimé dans d'importantes branches du commerce du fait de la fixation des prix de revente.

"On dit souvent que cet usage n'empêche pas les commerçants de se faire concurrence au regard des services qu'ils fournissent au public. Mais une question se pose: Il est vrai qu'un marchand peut, afin d'attirer la clientèle, perfectionner ses services du point de vue de la quantité et de la qualité; mais l'acheteur éventuel qu'un supplément de service laisse peut-être assez indifférent, ne se contenterait-il pas avec plaisir des services qu'on lui fournissait auparavant à un prix moins élevé? L'application du prix de revente imposé enlève à une importante partie du commerce la faculté d'offrir cette alternative, ce qui a deux conséquences importantes. Premièrement, il peut en résulter que les magasins offriront plus de services que le public ne désirerait en payer, s'il pouvait opter pour moins de service à des prix moins élevés; on ne peut certes pas se permettre de gaspiller de l'argent pour des services dont le public n'éprouve pas le besoin. Deuxièmement, cet état de choses est de nature à ralentir le perfectionnement de la distribution dans son ensemble. Un marchand qui fournit, grâce à des méthodes étudiées, le genre de service que désire le public à un prix modique, devrait servir d'exemple à ses collègues qui en bénéficieraient; mais si les autres commerçants ne peuvent faire bénéficier le consommateur des prix modiques qui attirent la clientèle en l'éloignant des concurrents moins doués d'initiative, ils n'auraient plus aucun motif de suivre cet exemple ni de renchérir sur ces perfectionnements.

"En résumé, le Gouvernement s'oppose à double titre à la pratique en question. D'abord, celle-ci a, sur le plan économique, l'effet d'étouffer la concurrence et d'entraver les efforts des marchands, qui sont disposés à diminuer leurs prix. En deuxième lieu, la méthode de contrainte décrite ci-dessus entraîne un régime de lois et de sanctions privées qui ne permet aucun appel aux tribunaux établis. (Analyse parue dans le numéro du 1er juillet 1951, pages 30-31, de *Cartel*, publication de l'Alliance internationale des Coopératives).

Le rapport anglais expose divers arguments en faveur de la fixation des prix de revente:

(1) "Les ménagères aiment les prix imposés au détail, parce qu'elles trouvent commode de connaître à l'avance le montant qu'elles paieront un article de marque." Le rapport observe ensuite sobrement qu'"il est difficile de croire qu'ayant appris que certains magasins offrent,—mettons,—à onze

pence la pièce un article jusqu'ici mis en vente à un shilling, les ménagères préféreront payer le prix fort. (Il y a également lieu de remarquer que, si cet argument était exact, les marchands n'auraient rien à craindre d'une baisse des prix, puisque le public préférerait s'approvisionner dans les magasins vendant aux prix non réduits)". Le rapport n'ajoute pas, comme il l'aurait pu, qu'interdire de la sorte la fixation du prix de revente s'apparente à un argument en faveur de la chasse qui s'inspirerait du plaisir qu'y trouve le renard.

(2) L'apposition d'une marque et la fixation des prix de revente vont nécessairement de pair. Mais le rapport fait remarquer que tel n'est pas le cas.

(3) "Si les fabricants avaient le droit de vendre leurs produits de marque à des prix réduits, le public s'imaginerait qu'il s'agit d'une qualité inférieure. On peut en douter; la plupart des articles de marque se présentent de la même manière; qui donc pourrait s'imaginer que deux bicyclettes de même marque ou deux exemplaires du même livre, ou deux boîtes des mêmes conserves de fruit provenant de la même fabrique diffèrent du point de vue de la qualité simplement parce que les prix auxquels divers magasins le vendent accusent un écart? En tout cas... il serait toujours loisible à celui qui en éprouve le désir, de payer le prix plus élevé."

(4) "Les prix de beaucoup de marchandises de marque ne sont pas excessifs dans le magasin moyen. Ce qui importe, toutefois, c'est qu'un prix unique ne peut rendre justice à tous les détaillants, puisque les services et les frais d'exploitation varient pour chacun d'eux. Les différents degrés de service devraient se payer des prix divers, tout comme les différentes qualités de marchandises."

(5) "Le prix de revente imposé par les fabricants reste parfois au-dessous du prix qu'atteindrait éventuellement la marchandise sur le marché libre en temps de pénurie... Aucune mesure que propose actuellement le Gouvernement (au Canada la proposition émane de la Commission MacQuarrie) n'empêchera, toutefois, les fabricants de continuer à imposer des prix maximums de revente."

(6) La fixation des prix de revente est un moyen essentiel d'empêcher l'usage de l'"article sacrifié". De l'avis du Gouvernement, cet argument ne tient pas compte des différences que présente la situation dans les années de déflation et de chômage, au cours desquelles s'est développée la pratique qui consiste à imposer le prix de revente, avec l'ère actuelle d'embauchage intégral et de demande accrue... Le Gouvernement ne croit pas que l'absence de fixation des prix au détail entraînerait d'une façon générale et caractéristique, dans une période de plein emploi, des baisses extrêmes de prix ou d'autres moyens destinés à stimuler la vente.

En deuxième lieu, l'argument suppose dans une large mesure, de l'avis du gouvernement, l'existence de la fixation des prix de revente et cesserait d'être valable en son absence. Car c'est,—pour citer un exemple,—le maintien rigide des prix qui crée l'atmosphère que souhaite le tenant de la mévente, afin d'obtenir le plein effet de l'"article sacrifié". Si de légers écarts de prix, intervenant selon les magasins, constituaient la règle, aucune réduction spéciale ne frapperait particulièrement l'attention. De plus, lorsque les variations de prix se généralisent, les marchands ne sont plus en mesure de réagir contre une mévente particulière en cessant de stocker l'article en question pour le remplacer par un produit de marque concurrente. On suppose, en effet, que celui-ci subira également une réduction de prix, chez certains détaillants qui peuvent se permettre de vendre moyennant une marge plus étroite de profit." (Résumé paru dans la publication *Cartel,* numéro du 1er juillet 1935, pages 31-33).

Le Congrès désire appeler l'attention du Comité sur les réductions de prix touchant des milliers d'articles, intervenues l'été dernier à New-York, après que la Cour suprême se fût prononcée contre la "clause du non-signataire" des lois concernant "l'équité commerciale" adoptée par les divers États. L'effet total sur le coût de la vie aux États-Unis n'était que peu important, mais là aussi, "on était reconnaissant des moindres bienfaits". Il est pour le moins possible que les vœux de la Commission MacQuarrie une fois adoptés, le Canada bénéficie également d'un bon nombre de petites réductions de prix: quelques gouttes d'eau sur une terre aride.

Le Gouvernement et le Parlement du Canada semblent avoir adopté contre la réglementation officielle des prix une attitude intransigeante. Ils ont, cependant, toléré pendant des années la régie privée qu'imposaient certaines entreprises, "à huis clos", comme l'exprime le rapport anglais, "et sans que les tribunaux ni le Parlement n'exercent aucune surveillance". De l'avis du Congrès, il est temps de mettre fin à cet état de choses paradoxal. Si l'on ne peut recourir à la régie officielle des prix dans l'intérêt du bien public, qu'on y mette fin en supprimant ou en tentant de supprimer, au profit des particuliers, la main-mise de l'entreprise privée sur le domaine des prix. Si nous préconissons la "libre entreprise", que celle-ci soit réellement libre et qu'elle constitue vraiment une initiative, tant pour les détaillants et les consommateurs que pour les fabricants. Le Congrès réitère qu'il n'a pas grande confiance dans l'efficacité des tentatives visant à ranimer la concurrence et à rendre à une "économie libre" une réelle liberté. La population paraît, toutefois, le désirer. Elle s'est, pour le moins, prononcée dans ce sens au scrutin. Il est, certes, grand temps de lui accorder ce qu'elle souhaite, ou tout au moins d'en faire l'essai.

Le tout respectueusement soumis.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session — Vingt et unième législature
1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT
ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

pour l'étude de

LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule no. 3

SÉANCE DU MERCREDI 21 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. E. Swenson, président, Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association, et M. M. E. Corlett, conseiller juridique de l'Association.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A. D.S.P.,
IMPRIMEUR DE SA TRES EXCELLENTE MAJESTE LE ROI
CONTROLEUR DE LA PAPETERIE
1951

PROCES-VERBAL

LE MERCREDI, 21 NOVEMBRE 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 3 heures et demie de l'après-midi. Les présidents conjoints, l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur et M. James Sinclair, député, sont présents ; au fauteuil l'honorable M. Beaubien.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Fogo, Hawkins, Horner, Lambert.

Représentants de la Chambre des communes : Messieurs Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Dickey, Fleming, Fulton, Garson, Harkness, Harrison, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher.

Egalement présents : M. E. Swenson, président de l'*Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association*, et M. M. E. Corlett, conseiller juridique de l'Association.

M. Corlett est appelé ; il dépose un mémoire au nom de l'*Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association*, mémoire qui est imprimé comme pièce portant la lettre A et consigné aux procès-verbaux et témoignages de la séance d'aujourd'hui. M. Corlett est ensuite entendu et interrogé au sujet de ce mémoire.

M. Swenson est appelé et interrogé.

Les témoins se retirent.

A 6 heures 20 du soir, le Comité s'ajourne au jeudi 22 novembre, à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS

TEMOIGNAGES

LE 21 NOVEMBRE 1951.

3 heures et demie de l'après-midi.

LE PRÉSIDENT : Comme nous sommes en nombre, nous pouvons procéder. Nous avons ici aujourd'hui M. E. Corlett. Je demande aux membres du Comité qui désirent l'interroger de bien vouloir lever la main. Cela facilitera la tâche du président du Comité.

A vous, monsieur Corlett :

M. M. E. Corlett, conseiller juridique de l'"Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association", est appelé :

LE TÉMOIN : Monsieur le président, honorables messieurs, l'*Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association* est un organisme national qui groupe les fabricants et distributeurs de produits de beauté vendus aux coiffeurs et aux barbiers de tout le pays. C'est sur ce point que notre association diffère de la *Canadian Toilet Goods Association* ou de l'association pharmaceutique dont les membres vendent éventuellement leurs produits, pour la plupart, aux consommateurs dans les établissements de vente au détail.

Je comparais devant vous, messieurs, à titre de conseiller juridique de l'association. Le mémoire que nous avons rédigé a été remis au secrétaire du Comité ; je crois qu'il y avait suffisamment d'exemplaires pour tout le monde, de sorte que pour éviter toute perte de temps, je n'entends pas en donner lecture, d'autant plus que je n'y suis pas autorisé. Le point de vue de notre association est contenu dans ce mémoire. M. Swenson, de Toronto, président de l'association, m'accompagne aujourd'hui. Fabricant de produits de beauté depuis près de trente ans, il pourra, j'en suis sûr, répondre bien mieux que moi à toutes les questions qui revêtent un caractère technique. D'ailleurs, je présume que c'est à lui que vous poserez ce genre de questions.

Maintenant, pour résumer en quelques mots ce que renferme le mémoire, je dois dire que l'Association s'oppose aux vœux de la Commission MacQuarrie énoncés dans son rapport provisoire du 1er octobre qui concerne uniquement la fixation du prix de revente. Bien entendu, tout ce que nous dirons, M. Swenson et moi, se rapportera strictement à l'industrie des produits de beauté. Nous ignorons ce qu'en pensent les autres industries, mais toutes comportent tellement de détails qu'à notre avis, il est impossible, — et c'est là une des faiblesses du rapport de la Commission, — de dire que la fixation des prix de revente devrait être abolie dans toutes les industries ou, *vice versa*, quelle est avantageuse ou utile sur toute la ligne. Pour ce qui est de l'industrie des produits de beauté, qui comprend environ 65 fabriques et 75 maisons de distribution et que nous appelons les intermédiaires, la fixation du prix de revente est nécessaire au maintien de notre industrie.

Je tiens à dire d'abord que notre Association savait, pour l'avoir lu dans les journaux, que la Commission MacQuarrie avait été instituée en juin 1950. Nous savions aussi qu'à ce moment-là ses attributions ne portaient pas uni-

quement sur la question de fixation des prix de revente, mais elle n'a jamais demandé à notre Association ce que nous en pensions ni ne s'est renseigné auprès de nous sur tout autre point. Ce n'est qu'après la lecture du discours du trône que nous avons appris que la Commission avait formulé certains vœux. Compte tenu des vœux que renferme son rapport, nous formulons respectueusement l'observation que la Commission aurait peut-être été mieux avisée de rechercher l'avis de ceux que cette question intéressait directement. C'est à la lumière du discours du trône et en nous fondant sur ce qui s'est déroulé par la suite au Parlement que nous avons préparé notre rapport.

Qu'il me soit maintenant permis de dire brièvement pourquoi notre Association est en faveur de la fixation du prix de revente. Tout d'abord, nous ne sommes pas d'avis que la fixation du prix de revente, pour ce qui est de notre industrie, a pour effet d'éliminer la concurrence, car celle-ci est très forte au sein de l'industrie de la fabrication des produits de beauté. Ainsi, nos diverses fabriques au Canada produisent au moins 25 espèces de shampooings dont le prix de revente fixé va de $1.25 à $7.50. Voilà, certes, de la concurrence bien que chaque fabrique, il est vrai, fixe comme elle l'entend ses prix de revente. Comme il ne faut pas énormément de capitaux pour se lancer dans cette entreprise, il est très facile de mettre sur le marché des succédanés. Si, par exemple, le prix fixé d'un produit quelconque est trop élevé par rapport aux autres, on y remédie en vendant un succédané.

Deuxièmement, notre groupement est en faveur de la fixation des prix de revente parce que, selon nous, elle empêche ce que les économistes appellent la concentration économique dans l'industrie, qui se produirait indubitablement advenant la liberté du régime des prix. Survient ici la question des articles sacrifiés qu'a reconnue la Commission MacQuarrie. Or, dès qu'on a recours au régime des articles sacrifiés, le petit distributeur court le risque de faire faillite. Je signale aux membres du comité des extraits de ce qui, à mes yeux, constitue un des arguments les plus solides . . .

M. CARROLL : Puis-je vous poser une question ?

LE TÉMOIN : Parfaitement.

M. Carroll :

D. Tous les membres de l'industrie des produits de beauté ne font-ils pas partie du même organisme ? Ne sont-ils pas sous la dépendance de votre Association ? — R. Je n'oserais le dire ; il y a quelques fabricants et quelques distributeurs qui ne sont pas membres de notre association. Toutefois, nous ne pouvons pas dire qu'elle les régit tous. Elle ne peut imposer une ligne de conduite à une maison quelconque.

D. Mais c'est vous qui, fixez les prix des articles sacrifiés, et ainsi de suite ? — Voulez-vous dire l'Association ?

D. Oui. — R. Non, monsieur.

D. Alors, comment cela vous touche-t-il ?

M. SWENSON : Nous représentons les divers membres, mais chacun a le droit de fixer ses propres prix. Nous ne disons jamais que tel prix est trop élevé ou trop bas.

LE PRÉSIDENT : Il me semble que nous avancerions plus vite si nous laissions le témoin faire son exposé, après quoi tous ceux qui ont pris des notes auront la chance de l'interroger. Cette façon de procéder serait préférable.

M. CARROLL : D'accord.

LE TÉMOIN : Je disais donc, monsieur le président, que je tenais à signaler au comité des extraits d'un article qui a paru dans le *Harper's Weekly* et qui avait été écrit par feu le juge en chef Louis D. Brandeis, de la Cour suprême des États-Unis. Cet article remonte à 1913 mais les principes sur lesquels le juge Brandeis fonde son raisonnement sont aussi appropriés au présent qu'ils l'étaient alors. Comme les membres du Comité le savent, le juge Brandeis connaissait aussi bien que n'importe quel autre juge le fonctionnement de l'économie des États-Unis. Il n'aimait certes pas les grosses entreprises, comme le prouve le titre de son ouvrage *The Curse of Bigness.*

En troisième lieu, notre association est en faveur de la fixation des prix de revente parce qu'à notre avis elle se prête à des pratiques commerciales plus rationnelles à tous les échelons du négoce. M. Swenson pourra vous en dire davantage à ce sujet mais je sais qu'antérieurement à 1940, on cherchait tellement à s'égorger que les distributeurs en particulier et, jusqu'à un certain point, les fabricants eux-mêmes, ont dû se retirer des affaires, les plus forts survivant aux plus faibles. Chez les distributeurs, m'a-t-on dit, la situation s'était tellement aggravée que bien peu d'entre eux réalisaient des bénéfices. Or, sous le régime de l'entreprise libre, c'est peine perdue que de rester en affaires quand elles ne rapportent rien. Depuis que les sociétés ont approuvé la fixation des prix de revente, surtout depuis dix ans, la situation a quelque peu changé.

Quatrièmement, nous sommes en faveur de la fixation du prix de revente parce que cette méthode assure au fabricant la protection nécessaire à l'égard des produits portant sa marque de fabrique. Nous prétendons que les prix fixés créent un certain élément de confiance au sein du public.

Ce point est contesté, la Commission MacQuarrie s'étant fondée, je suppose, sur le récent Livre blanc anglais qui portait sur le même sujet, mais les gens de notre industrie sont d'avis que tel est le cas, compte tenu de la nature humaine, et à l'appui de cette prétention, je citerai, — comme je l'ai fait dans notre mémoire, — certains faits contenus dans le rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix de 1935, alors que le Comité, plus tard transformé en commission, en est venu à cette conclusion.

Nous savons ce qui est arrivé à New-York, plus récemment encore, alors que certains magasins à rayons ont entrepris en même temps de réduire les prix. Tandis que Macy et Gimbel et d'autres grands magasins faisaient des ventes à réduction, certains fabricants des produits ainsi sacrifiés annonçaient dans les journaux de New-York que la qualité de leurs produits restait la même en dépit de la réduction des prix. Ils ajoutaient que, tout en ne croyant pas à cette pratique commerciale, ils n'y pouvaient rien.

Nous prétendons qu'aucun fabricant sensé n'agirait de la sorte à moins d'être persuadé que le public croit, à tort ou à raison, qu'une réduction soudaine des prix veut dire logiquement une diminution de la qualité du produit. Ensuite, pour ce qui est de la protection du fabricant, nous sommes d'avis qu'en bien des cas celui-ci acquiert un certain droit de propriété. A tout considéré, quand il vend un produit portant sa marque de fabrique, il doit en faire le lancement, ce qui entraîne des frais et, en fin de compte, le distributeur en profitera.

Je dois ajouter que ce genre de publicité ne se fait pas tant dans les journaux ou les revues en général, qu'au moyen de prospectus expédiés par la poste ou par des réclames dans les organes commerciaux. Quoi qu'il en soit, le fabricant doit créer la demande à l'égard de certains nouveaux produits et, dans notre industrie, à cause de la concurrence, de nouveaux produits sont sans cesse mis sur le marché.

Cinquièmement, nous ne nions pas que la fixation des prix existe, — et, quand je dis "nous" je ne veux pas que vous pensiez que l'Association exige que toutes les sociétés membres s'y soumettent, mais je veux dire que chaque membre de l'Association fixe lui-même son tarif des prix. Nous prétendons toutefois que la fixation d'un prix de revente et l'établissement d'un prix raisonnable n'ont rien de contradictoire. Somme toute, dans une industrie comme celle des produits de beauté, le fabricant sait mieux que tout autre quel prix il doit exiger pour que la vente de ses produits lui rapporte quelque bénéfice. S'il demande un prix trop élevé, son produit ne se vendra pas. Dans les recherches préparatoires à la rédaction de notre mémoire, le jugement dissident qu'a rendu le juge Oliver Wendell Holmes dans la cause de la Dr. Miles' Medical Company nous a particulièrement frappés et je le signale à votre attention. Il s'agit, il est vrai, d'une cause entendue en 1911 par la Cour suprême des États-Unis et le jugement du juge Holmes est, il est vrai, un jugement dissident mais, comme la loi américaine qui a été adoptée par la suite au sujet de la fixation du prix de revente devait s'appliquer à l'État comme au domaine fédéral, je soutiens que le raisonnement sur lequel s'est fondé le juge Holmes dans son jugement dissident s'accorde avec ce que nous prétendons quand nous disons qu'un prix fixé, du moins dans notre industrie, ne veut pas nécessairement dire un prix exagéré.

Maintenant, les membres du comité pourront à loisir prendre connaissance des diverses critiques qu'ont formulées individuellement les membres de notre Association et ils pourront les comparer avec les vues exprimées dans le rapport de la Commission MacQuarrie. Celle-ci, par exemple, fait ressortir le récent Livre blanc anglais sur la fixation du prix de revente mais, de notre côté, nous citons un rapport de la Commission Sankey, en 1931. Ayant toutes deux traité la même question, elles en arrivent à des conclusions opposées. La Commission MacQuarrie a aussi cité des extraits d'un ouvrage intitulé *Industrial Pricing and Market Practices* par A. R. Oxenfeldt, tandis que nous nous sommes appuyés, à tort ou à raison, sur un ouvrage intitulé *Price Cutting and Price Maintenance* (1932), rédigé en collaboration par les professeurs E. R. A. Seligman (de l'Université Columbia) et R. A. Love et dans lequel il est dit que les avis sur la fixation du prix de revente sont partagés.

Nous estimons que la Commission MacQuarrie, du moins en ce qui regarde notre industrie, n'a pas suffisamment insisté sur certains servives auxquels tient le public ; en outre, le rapport mentionne à un certain endroit les méthodes de vente en honneur en Grande-Bretagne.

Or il existe une différence bien marquée entre les méthodes anglaises et les nôtres en ce qui concerne l'industrie des produits de beauté. En citant, par exemple, le dernier rapport anglais, la Commission prétend que le public préférerait se dispenser de certains services si cela devait avoir pour effet de réduire le coût de l'article qui lui est offert. Cela peut être vrai pour certaines industries mais, quant à la nôtre, le public tient à être bien servi même si cela coûte quelque chose. Nous citons comme exemple l'expérience tentée par ceux qui ont lancé la méthode Toni grâce à laquelle une femme peut se donner une ondulation permanente chez elle à raison de $3, $4 ou $5 de moins que cela lui coûterait s'adressât-elle à un salon de coiffure.

Il nous faut avouer que le lancement sur le marché du produit Toni, il y a quelques années, nous a causé quelque inquiétude, mais les années qui ont suivi cette expérience nous ont démontré que l'industrie des produits de beauté n'en avait pas souffert de façon appréciable ; c'est-à-dire que les femmes sont encore prêtes à dépenser $3, $4 ou $5 de plus chez le coiffeur, sachant

fort bien qu'elles obtiendront un meilleur service que si elles se coiffaient elles-mêmes. Tel était aussi l'avis du professeur Curtis.

Vous vous souvenez, en effet, que lors de l'enquête sur les tabacs, en 1938, — je n'y reviendrai pas, — l'Imperial Tobacco Company avait chargé le professeur Curtis de faire une analyse économique de la fixation du prix de revente. M. Curtis avait conclu que du point de vue économique la fixation du prix de revente était une pratique antisociale mais que d'autres éléments entrent en jeu, outre les considérations d'ordre économique, lorsqu'une entreprise doit décider ce qu'elle doit faire. Comme c'est le point de vue que nous avons exposé dans notre mémoire, je n'en dirai pas davantage.

En dernier lieu, notre mémoire donne quelque idée de la portée des lois américaines sur ce sujet qui, sachons-le bien, a été débattu maintes fois aux États-Unis depuis quelques années ; or, en dépit de l'opposition officielle à la fixation du prix de revente, plusieurs sinon la plupart des États américains ont édicté leurs propres lois sur les méthodes légitimes du commerce et, en 1937 ou 1938, Washington a adopté la loi Miller-Tydings. Il s'agissait en somme d'une modification à la loi Sherman qui décrétait qu'une coalition en vue de nuire au commerce était illégale.

Un récent jugement de la Cour suprême de Washington dans la cause de Schwegmann a quelque peu réduit la portée de la loi Miller-Tydings, mais cette loi reste quand même en vigueur. D'après les renseignements que nous tenons de filiales de notre Association aux États-Unis, il est question que le Congrès, lors de sa convocation en janvier, adopte une nouvelle loi afin de combler la lacune qu'a créée le jugement dans l'affaire Schwegmann.

Voilà donc dans ses grandes lignes le point de vue de l'Association qui est exposé de façon plus circonstanciée dans son mémoire. Nous tâcherons de répondre de notre mieux aux questions que les membres du Comité voudront bien nous poser. M. Swenson pourra répondre aux questions d'ordre technique concernant l'Association.

M. CARROLL : Puis-je poser une question ?

M. FULTON : Monsieur le président, selon la coutume, n'est-ce pas au conseiller juridique du Comité à poser d'abord des questions ?

M. PHELAN : Quand j'ai appris que deux personnes devaient expliquer le mémoire, je me suis permis de conseiller à M. Corlett de nous en donner d'abord un bref aperçu, afin d'épargner du temps, après quoi nous pourrions interroger M. Swenson, puis M. Corlett, si cela devenait nécessaire. J'ai cru que nous pourrions épargner du temps en procédant de cette façon.

LE PRÉSIDENT : Le Comité désire-t-il procéder de cette façon ?

M. THATCHER : Je ne comprends pas très bien. Est-ce à dire que M. Swenson a aussi un mémoire à présenter ?

LE PRÉSIDENT : Non, il ne fera que répondre aux questions.

M. CARROLL : Si le savant avocat ne pose pas les questions que je désire poser, je le ferai plus tard.

M. FLEMING : Monsieur le président, je vais poser mes questions après que M. Phelan aura terminé.

M. E. Swenson, président de l'"Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association", est appelé :

M. Phelan :

D. Monsieur Swenson, voulez-vous dire au Comité quelle est votre occupation ? — R. Je suis fabricant de tondeuses électriques et de divers articles

pour salons de barbiers ; je fabrique également, pour les salons de beauté, des sèche-cheveux électriques ainsi que les différentes solutions qui servent à donner des ondulations permanentes.

D. Et vous êtes membre de l'Association ? — R. Oui.

D. Quand cette association a-t-elle été fondée ? — R. Il y a une dizaine d'années.

D. De quelle façon ? — R. Un groupe de fabricants et de revendeurs, ayant constaté la confusion qui régnait dans leur exploitation et qui nuisait au bon fonctionnement de leur entreprise, d'autant plus que la situation financière de quelques distributeurs n'était guère solide et que ceux-ci ne payaient pas leurs comptes, décidèrent de se grouper afin de les aider en leur indiquant comment les affaires devaient fonctionner. L'entreprise des produits de beauté est plus jeune que bien d'autres entreprises du pays. En 1921, en effet, il existait bien peu de salons de beauté, mais ils se sont multipliés depuis, si bien qu'on en compte aujourd'hui six mille. Dans l'entre-temps, de nouveaux salons se sont ouverts et les nouveaux revendeurs n'avaient pas suffisamment d'expérience, si bien que les fabricants et les revendeurs expérimentés leur ont indiqué comment procéder.

D. Comment avez-vous organisé votre association ? Est-elle constituée en corporation ? — R. Oui.

D. Sous l'empire de la loi des compagnies ? — R. Oui.

D. A titre de société sans partage des bénéfices ? — R. Oui.

M. CORLETT : Pardon, monsieur Phelan, mais j'aimerais éclaircir un point. A ce sujet, je me suis trompé, ce matin, quand il a été question de l'Association. Après vérification, j'ai constaté qu'elle avait été constituée en corporation le 21 février 1940, sous l'empire de la Loi des compagnies de l'Ontario, comme société sans but lucratif, n'ayant pas de capital-actions.

M. Phelan :

D. Si je comprends bien, l'Association s'intéresse aux fournitures et à l'outillage des salons de beauté ? — R. Et des salons de barbier.

D. Je ne vous demande pas de les énumérer mais qu'entendez-vous par "fournitures" ? — R. C'est tout ce qu'on achète et ce dont on se sert pour donner des ondulations permanentes, comme les solutions, par exemple. Voilà ce que j'entends par "fournitures", mais une machine pour ondulations permanentes est classée comme outillage. Elle peut servir maintes fois, mais les fournitures pour ondulations permanentes ou permanentes à froid sont vendues en bouteilles.

D. L'outillage comprend-il autre chose ? — R. Les machines pour ondulations permanentes, les séchoirs, les fauteuils ; c'est à peu près tout.

D. Donc, presque tout l'outillage et les fournitures dont ont besoin les salons de beauté et les salons de barbier passent par l'entremise de votre association ? — R. Oui, au moins 95 p. 100.

D. Quels sont les membres de votre association ? D'abord, quel en est le nombre ? — R. Nous comptons plus de 100 membres, soit environ 105, dont 58 revendeurs et 50 fabricants mais, sur ce total, il y en a 11 qui sont à la fois revendeurs et fabricants.

D. Bien. Les consommateurs ont-ils droit de faire partie de l'Association ? — R. Non, aucun.

D. Avec combien de consommateurs faites-vous affaire ? Par "consommateurs", j'entends les salons de barbier et les salons de beauté. — R. Il y a environ 6,000 salons de beauté dont chacun compte en moyenne deux ou trois personnes.

D. Je ne tiens pas à savoir le nombre de personnes mais le nombre d'établissements. — R. Mettons de six à sept mille salons de beauté et neuf mille salons de barbier.

D. Vous alimentez donc environ 16,000 établissements dans tout le Canada ? — R. C'est exact.

D. Et dans quelle proportion votre association régit-elle la production et la consommation totales des fournitures et de l'outillage ? — R. Les neuf dixièmes au moins de l'outillage et au moins les trois quarts des fournitures proviennent des fabricants affiliés à l'Association.

D. Et ce sont les revendeurs de l'Association qui en font la distribution ? — R. Oui.

D. Combien de fabricants ne font pas partie de votre association ? — R. Très peu ; peut-être deux ou trois.

D. Combien de distributeurs au Canada ne sont pas membres de l'Association ? — R. De dix à quinze.

D. De sorte que votre association a la main haute sur 95 p. 100 de la production et de la distribution ? — R. C'est exact.

D. Pouvez-vous nous fournir quelque idée de la valeur brute annuelle des produits que vous distribuez ? — R. Je regrette, mais le Bureau fédéral de la statistique ne traite pas notre industrie comme entité distincte : elle est comprise dans celle des articles de toilette.

D. Puis-je faire une supposition ? Serait-il exagéré de présumer que chacun de vos détaillants, — salons de beauté ou salons de barbier, — achète de vous, en moyenne, pour $500 par année ? — R. Pour un salon de barbier, la somme est un peu forte.

D. Je suppose une somme moyenne à l'égard des fournitures et de l'outillage des salons de beauté et des salons de barbier ? — R. Il m'est difficile de répondre à cette question.

D. D'après vous, cette estimation est-elle raisonnable ? — R. Oui.

D. Ainsi, le rendement annuel des fabricants affiliés à votre association serait de huit millions de dollars pour tout le pays. Qui a lancé votre association, les marchands ou les fabricants ? — R. Elle a été fondée par cinq personnes dont deux fabricants et trois revendeurs.

D. Qui, des marchands ou des fabricants, en a eu l'idée, avant que l'Association fut constituée en corporation ? — R. Certains fabricants et quelques-uns des revendeurs les plus importants.

D. Il y a une question que j'ai oublié de vous poser. Ai-je lieu de croire que toute la production et toute la distribution régies par votre association sont assujéties au régime des prix fixés ? — R. Presque toute.

D. Quelle proportion ne l'est pas, en chiffres ronds ? — R. Pas plus du dixième.

D. De sorte que les neuf dixièmes de la production et de la distribution sont assujétis à un prix de revente fixé d'avance ? — R. C'est exact.

D. J'aimerais que vous me disiez qui a eu l'idée de fonder cette association. Sont-ce les marchands ou les fabricants ? — R. Les deux.

D. Et, apparemment, tous sont convenus que c'était une bonne idée ? — R. Oui.

D. L'application d'un prix fixe de revente ne s'est-elle pas faite dès les débuts de l'Association ? — R. Non, la fixation du prix de revente s'est faite graduellement.

D. Depuis combien de temps ? — R. Jusqu'à ces derniers temps.

D. De sorte que, lors des débuts de votre association, aux environs de 1940, le prix de revente de la majeure partie de vos produits n'était pas fixé ? — R. En effet.

D. Lors de vos débuts en 1941, quelle proportion de votre production ou de votre distribution était assujétie au prix de revente fixé ? — R. Je ne saurais qu'indiquer des chiffres estimatifs.

D. Quels sont-ils ? — Peut-être la moitié.

D. Et, aujourd'hui, elle est des neuf dixièmes ? — R. C'est exact.

D. Dès les débuts et par la suite, à mesure que cette pratique se répandait, qui fixait le prix de revente au détail ? — R. Chaque fabricant.

D. Quand les membres assistaient aux assemblées de l'Association ou se rencontraient ailleurs, parlaient-ils de cette question des prix ? — R. A nos réunions, il n'était jamais question de prix.

D. Jamais ? — R. Jamais, lors de nos réunions. Cette question est laissée entièrement aux fabricants. Jamais nos membres disent lors de nos assemblées : "Fixons tel montant comme prix minimum" ou bien "Fixons tel article à tel prix". Chaque fabricant fixe ses prix comme il l'entend.

D. Si quelque marchand trouve à redire à un prix établi par un fabricant ne pourrait-il pas profiter de ces réunions pour demander que ce prix soit changé ? — R. Oui, mais cela ne se fait jamais.

D. De quoi parlent les membres entre eux ? De quoi discutent les revendeurs entre eux ou les fabricants avec les intermédiaires ? — R. Les revendeurs peuvent, par exemple, discuter du taux de la commission aux voyageurs de commerce. Actuellement, ils expédient presque toute la marchandise au dehors "port payé". Ils voudraient dorénavant que les frais de transport fussent à la charge du destinataire, mais voilà le point difficile à régler. Ils se demandent ce qu'ils doivent faire.

D. Est-ce tout ce dont parlent les revendeurs et les fabricants à leurs réunions ? — R. C'est à peu près tout.

D. Les fabricants ne discutent-ils pas à ces réunions de certaines pratiques commerciales ? — R. Ils peuvent probablement parler de la façon de surveiller certains contrats. Ils peuvent, par exemple, — pour citer un cas récent, — se demander quand ils devraient mettre fin à un contrat spécial passé pour une certaine durée. Il s'agit, par exemple, d'un contrat spécial comportant un peu plus de marchandise. Ce contrat devra-t-il prendre fin le 30 novembre ou le marchand aura-t-il la permission d'acheter des marchandises et de la revendre en décembre ?

D. Alors, sauf erreur, les revendeurs et les fabricants ne discutent pas des méthodes commerciales à ces réunions ? — R. C'est exact.

D. Quant aux clients, c'est-à-dire les barbiers et les coiffeurs, sont-ils tenus de respecter le prix de revente ? — R. Voulez-vous répéter, s'il vous plaît ?

D. Vos clients, les propriétaires de salons de beauté et de salons de barbier, sont-ils tenus de respecter le prix de revente ? — R. Pas du tout. Les barbiers

ont leur propre association et, après s'être concertés, ils peuvent demander aux autorités compétentes la permission de fixer leurs prix comme, par exemple, 75c. pour une coupe de cheveux.

D. Je ne parle pas de la vente de services. Je suppose que bien peu de vos produits sont vendus au détail ; ce sont plutôt les coiffeurs et les barbiers qui les emploient ? — R. En effet.

D. De sorte qu'il n'est pas question d'imposer un prix de détail au consommateur ? — R. C'est exact.

D. Vous nous avez dit que votre association avait été établie pour mettre fin à la confusion qui régnait dans votre commerce en 1941. De quelle confusion voulez-vous parler ? — R. C'est, comme je l'ai déjà expliqué, parce qu'il existait trop d'intermédiaires qui ne savaient pas comment procéder et qui détraquaient tout le rouage. Ils ignoraient tout de ce commerce relativement nouveau qui ne s'est vraiment développé que depuis une vingtaine d'années, ce qui représente pour un commerce une période relativement courte.

D. Voulez-vous préciser ? Voulez-vous nous dire comment les intermédiaires détraquaient tout le commerce ? Qu'ont-ils fait que vous n'aimiez pas ? — R. Ils offraient, par exemple, un nouveau séchoir à un salon de coiffure à n'importe quel prix, sans rien connaître du prix de revente du vieux séchoir.

D. Le consommateur obtiendrait-il un plus haut prix ? — R. Non. Cependant, il se peut qu'il jouisse temporairement de cet avantage.

D. Donc ce serait cette confusion qui a donné naissance à votre association ? — R. Oui.

D. Elle fonctionne donc sous le régime de la fixation des prix de revente. Voyons si je saisis bien les conséquences de ce régime. Est-il exact de dire que le revendeur ou l'intermédiaire était tenu de vendre ses produits au prix établi par le fabricant ? — R. C'est exact.

D. Il n'a pas le choix ? — R. Oui. Il n'est pas tenu, par exemple, d'acheter un shampooing que je vends $5.85 le gallon. S'il veut un shampooing qui se vend $3 le gallon, je puis lui fournir les noms de vingt fabricants qui lui en vendront un à ce prix.

D. Mais s'il tient à votre shampooing, il devra payer le prix que vous exigez ? — R. Oui.

D. Et il le vendra au consommateur au prix que vous avez fixé ? — R. Exactement.

D. Et il n'a pas le choix ? — R. C'est vrai mais, quand il s'adresse à moi pour acheter, il le fait de son propre gré.

D. Vous dites qu'il agit de son propre gré mais n'est-il pas vrai qu'il ne peut obtenir d'approvisionnements de vous à moins de consentir à vos conditions de revente ? — R. Oui. Je ne lui vendrai que s'il accepte de revendre au prix fixé.

D. Vous dites que vous ne lui vendrez rien à moins qu'il n'accepte le prix fixé. Donc, afin d'obtenir de vous de la marchandise, il doit maintenir le prix de revente que vous fixez ? — R. C'est exact.

D. Il n'a pas le choix ? — R. Non.

D. S'il accepte de revendre le produit au prix établi d'avance, qu'arrive-t-il s'il ne respecte pas son engagement ? Pour lui, quelles seront les conséquences ? — R. Mettons, par exemple, qu'il veut vendre un shampooing $5, alors que le mien se vend $5.95. Je lui conseillerais alors d'acheter un shampoing qu'il peut revendre $5 et je puis lui donner les noms d'une vingtaine de fabricants où il pourra acheter un shampooing à ce prix.

D. Mais supposons qu'il veut revendre votre shampooing parce que votre produit est en demande, qu'arrivera-t-il s'il le revend à un prix inférieur au prix établi d'avance ? — R. Alors, je ne lui en vendrais plus.

D. Alors, il ne peut plus rien acheter de vous ? — R. C'est exact.

D. Outre le fait d'être boycotté, le revendeur est-il puni de quelque autre manière ? — R. Aucunement. Il peut acheter de n'importe quel autre membre de l'Association et même de fabricants qui n'en font pas partie.

D. Vous avez mentionné un écart de prix de 39 à 40 et vous avez dit que cet écart pour le consommateur n'a pas été de plus de 15 p. 100 ? — R. C'est vrai.

D. Est-ce exact ? — R. C'est à peu près cela.

D. Comment expliquez-vous le maintien d'un écart de prix à un niveau qui semblerait peu élevé ? Comment le maintenez-vous à ce niveau ? — R. Nous y sommes contraints par la concurrence. Dans vingt ans, mes tondeuses électriques n'ont pratiquement pas augmenté de prix. Cela est dû au progrès de l'électrification. Aujourd'hui, l'électrification rurale est plus répandue.

D. Voulez-vous dire que votre production a augmenté ? — R. Oui, en effet.

D. Alors, le faible écart de prix s'expliquerait par l'accroissement de la production ? — R. C'est exact.

D. Voyons comment cela fonctionne. Prenons, par exemple, un shampooing qui coûte $1 au fabricant. A quel prix sera-t-il vendu à l'intermédiaire ? Je constate que vous avez certaines marges de bénéfice proposées de 30 et de 50 p. 100 et aussi une marge de bénéfice pour le revendeur de 50 et de 40. Mettons qu'elle soit de 50 et de 40. — R. Le shampooing dont la fabrication coûterait $1, je le vendrais à l'intermédiaire $2.

D. $2 à l'intermédiaire ? — R. Oui.

D. Combien coûterait-il au consommateur, c'est-à-dire à la coiffeuse ou au barbier ? — R. Probablement $3.33.

D. Alors, un article qui coûterait $1 au fabricant reviendrait à $3.33 au consommateur ? — R. Supposons que nous exigeons $2 pour un gallon de shampooing. Ce gallon est soumis à une taxe fédérale de 25.9 p. 100, soit 52c., ce qui laisse $1.48 au fabricant. Je touche donc une bénéfice de 48c. Après avoir investi $1 en main-d'oeuvre et en matériel. C'est la même chose pour le revendeur qui débite le shampooing au gallon. Le contenant et le contenu pèsent 15 livres ; il devra payer 15c. pour frais de livraison à son établissement et un montant égal pour le livrer au coiffeur.

D. Pensez-vous que le coiffeur l'aurait à meilleur marché sous un régime de concurrence libre au palier du consommateur ? — R. Ce shampooing ne pourrait pas se vendre moins cher : il est déjà trop bon marché.

D. Alors, quels sont ceux qui bénéficient du régime actuel ? Je suppose que, dans votre cas, il y en a trois : le fabricant, l'intermédiaire et le coiffeur. Quel est le bénéfice pour chacun, s'il en est ? — R. Sous le régime de la fixation des prix de revente ?

D. Oui. En premier lieu, le fabricant en bénéficie-t-il ? — R. Oui.

D. Comment ? — R. Il sait fort bien qu'il peut se créer un marché, mettre son nom en vedette et développer son entreprise. Si, comme je l'ai fait, il lance une entreprise et s'y consacre pendant 30 ans, afin de bien se faire connaître, il tient à garder sa réputation, ce qui est impossible s'il ne maintient pas son prix.

D. Il vous faut maintenir votre prix afin de maintenir votre réputation ? — R. J'en suis convaincu. Je suis sûr que, sans prix établi, si la fixation des

prix n'était pas permise et si quelqu'un revendait mon produit à moitié prix, je perdrais la moitié de mes revendeurs du jour au lendemain. Mon chiffre d'affaires baisserait de moitié parce que quelqu'un a voulu réaliser un bénéfice momentané.

D. En dépit du fait que votre produit ait été vendu sous la même étiquette qu'auparavant, dans un empaquetage connu dans le commerce ? — R. C'est exact.

D. Dites-moi comment le revendeur bénéficie du régime de la fixation des prix de revente ? — R. Il en bénéficie de la même manière en revendant aux coiffeurs. Prenons, par exemple, la tondeuse Wahl. Il constate qu'elle coûte $15.50. Or, s'il en veut une, il l'achètera à ce prix. Mais si quatre intermédiaires offrent quatre prix différents, il devra les recevoir à tour de rôle afin de s'assurer lequel d'entre eux lui vendra le moins cher. Pure perte de temps, de la part du commerçant ou du vendeur, comme aussi, d'ailleurs, de la part du coiffeur, pour l'achat d'un seul article.

D. Vous dites donc que cela aiderait le vendeur parce qu'il y gagnerait du temps ? — R. Oui, du temps et de l'argent.

D. L'exploitant d'un institut de beauté et le barbier en bénéficieraient-ils également, du fait qu'ils épargneraient le temps qu'il faut pour se procurer les fournitures et les accessoires ? — R. Oui, et l'économie de temps jouerait également à l'égard des différents points que nous avons signalés dans le mémoire.

D. Voudriez-vous nous indiquer spécifiquement comment l'exploitant d'un institut de beauté et le barbier bénéficieraient du régime du maintien des prix de revente ? — R. Spécifiquement ? Il a l'assurance, lorsqu'il s'agit d'un article de marque, qu'il est de bonne qualité. Dans le cas d'un gallon de shampooing, par exemple, même la coiffeuse qui a de l'expérience n'en saurait aucunement la valeur avant de l'avoir utilisé en entier. Elle sait alors, mais pas avant, ce qu'il vaut. Mais si elle achète le produit de marque d'un fabricant qui est en affaires depuis trente ans, elle se rend compte qu'il y a une relation étroite entre la qualité et le prix du produit.

D. Croyez-vous que cette assurance tient à la qualité du produit ou au régime de la fixation du prix de revente ? — R. Cela tient à ce dernier, sans quoi je n'aurais pu rester en affaires pendant les trente années qu'il a fallu pour le perfectionner.

D. Le fabricant y trouve son profit, mais vous ne m'avez pas dit comment l'exploitant d'un institut de beauté en bénéficie ? — R. L'institut de beauté doit prendre un risque. Certains shampooings se vendent $3 le gallon, mais n'en valent que $1. Si l'exploitant le paye $3, il perd $2, mais il ne s'en rendra compte qu'après l'avoir utilisé en entier. Le shampooing du fabricant qui est en affaires depuis trente ans et en qui il a confiance, par contre, est de tout repos.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Beaudry, vous aviez une question à poser ?

M. BEAUDRY : M. Fleming ne vient-il pas avant moi ?

M. FLEMING : Je crois que M. Carroll désire poser des questions.

M. Carroll :

D. Je voudrais savoir de qui se compose cette organisation, mais cela me suffit de savoir qu'elle comprend précisément les personnes qui font le commerce de cet article. Cependant, j'ai une question à poser. Avez-vous dit que votre seul shampooing se vend à $5.95 ? — R. Non, j'ai dit que nous en avions un qui se vend à ce prix.

D. Un shampooing ? — R. Oui.

D. Vous en tenez diverses sortes ? — R. Oui.

D. A quel prix se vend le moins cher ? — R. $3 le gallon.

D. $3 le gallon ? — R. Oui, quoiqu'il m'en reste encore en jarres d'une livre à $2 la livre.

D. Combien cela vous coûte-t-il pour fabriquer le shampooing de $5.95 ? — R. Combien il me coûte ?

D. $1. si j'ai bien compris ? — R. Non, c'est le shampooing qui se vend à $3 qui nous coûte $1.

D. Mais comment expliquer l'écart dans le prix de revient de vos shampooings, de $2 à $5.95 ? Vous avez la réputation de fabriquer d'excellents shampooings, pourquoi cet écart ? Ne sont-ce pas les mêmes ingrédients qui y entrent ? — R. Oh, non. Voici ce qui en est. La quantité est exactement la même dans les deux cas, mais avec le produit de $5.95 ou $6 la coiffeuse pourra donner deux fois plus de shampooings qu'avec celui de $3. Pour juger du prix, il ne faut donc pas s'arrêter au prix par gallon, mais au prix par shampooing.

D. Ce n'est pas le prix que vous demandez à la coiffeuse qui m'intéresse, mais, si j'ai bien compris vous vendez $5.95 le shampooing qui vous coûte $1 ? — R. Ce n'est pas le coût de celui-là que je vous ai donné, mais du shampooing qui se vend $3. Dans celui-ci, il entre pour un dollar de matériel et de main-d'oeuvre, ce qui laisse $2. Voilà ce que j'ai dit. Sur ces $2 je verse 52c. à l'État et je garde 48c. La marge de bénéfice est-elle trop élevée ?

D. Ce n'est pas à cela que je trouve à redire, mais à ce que vous ne fournissez pas alors aux coiffeuses la même qualité de shampooing ? — R. Je ne saisis pas où vous voulez en venir.

D. Vous exigez des uns $3 et des autres $5.95 ? — R. Oui, mais je n'ai pas dit que le shampooing de $5.95 me coûtait $1.

D. Ce n'est pas ce que vous avez dit ? — R. Oh, non.

D. Mais comment expliquez-vous l'écart ? — R. Il tient uniquement aux ingrédients qui y entrent. A l'égard de certaines substances, plus elles sont concentrées, plus elles coûtent cher. Plus le mélange renferme d'eau, moins il coûte le gallon.

D. Tout comme pour les boissons alcooliques ? — R. Pardon ?

D. Mais aux fins de votre bon renom, ne pourriez-vous fabriquer que de bons shampooings et les vendre tous à $5.95 ? — R. Pourquoi ?

D. Oui ? — R. Parce que certains ne veulent débourser que $3. Ils refusent de payer davantage. Nous tâchons donc de les accommoder.

D. Pour ce qui est des motifs qui ont donné naissance à votre société, vous avez bien dit, n'est-ce pas que c'était surtout parce que les intermédiaires ne vous payaient pas ? — R. En effet.

D. Vous n'avez pas donné cette raison lors de votre interrogatoire. — R. En effet.

M. Fleming :

D. M. Swenson, en réponse à l'une des questions de M. Phelan, vous avez dit que l'association approvisionnait, d'une extrémité à l'autre du Canada, 7,000 salons de coiffure ou de beauté et 9,000 boutiques de barbier. Est-ce l'association ou les membres de l'association qui s'en chargent ? — R. Je me suis trompé. Il ne s'agit que des membres ; l'association n'entre nulle-

ment en contact avec les coiffeurs. L'association est en relations uniquement avec les membres de l'industrie, c'est-à-dire les fabricants et les revendeurs.

D. L'association ne s'occupe ni d'acheter ni de vendre, elle ne se livre pas au commerce, n'est-ce pas ? — R. C'est exact.

D. Vous avez également dit que parmi les membres de l'association, la fixation du prix de revente s'applique au neuf dixièmes environ des accessoires et fournitures dont ils font le commerce. Pouvez-vous nous dire jusqu'à quel point la pratique de la fixation du prix de revente est répandue parmi les fabricants et revendeurs de la même industrie qui ne font pas partie de l'association ? — R. Non, cela je l'ignore.

D. Savez-vous si aucun d'eux a recours à la fixation du prix de revente ? — R. Les fabricants ne la pratiquent pas.

D. En règle générale ? — R. Mais il n'y a que deux ou trois fabricants qui ne font pas partie de l'association.

D. Devons-nous conclure qu'aucun d'eux, ou aucun des quelques membres qui ne font pas partie de l'association ne pratique la fixation du prix de revente ? — R. Je le pense.

D. Vous mentionnez aussi dans votre mémoire que la concurrence est très vive dans votre industrie ? — R. C'est vrai.

D. Vous avez également dit, en répondant aux questions de M. Phelan que, depuis la création de votre association il y a onze ans, la proportion des fournitures et accessoires à l'égard desquels s'appliquait la fixation du prix de revente était passée d'environ 50 p. 100 à environ 90 p. 100 ? — R. Oui.

D. Qu'est devenue la concurrence parmi les membres de l'association pendant cette période ? — R. Le nombre des fabricants a-t-il augmenté ?

D. Je songe également au nombre des personnes qui se livrent à l'industrie et aux conditions ou au degré de la concurrence ? — R. Les deux ont augmenté. Le nombre des fabricants et celui des revendeurs se sont également accrus.

Il est très facile de devenir fabricant de produits de beauté, car les dépenses de premier établissement sont très réduites. Dans toute industrie n'exigeant que de faibles immobilisations, la concurrence se fortifie rapidement, car les nombreuses personnes qui désirent se lancer dans les affaires choisissent d'instinct les entreprises qui n'exigent que peu de frais de premier établissement. Inutile de préconiser la concurrence dans le commerce de l'automobile, mais dans le commerce des produits de beauté c'est très simple. Du soir au matin, on devient fabricant et voilà, on est en affaires. Ces conditions favorisent beaucoup la concurrence ; il ne reste plus qu'à rétrécir sa marge de bénéfice.

D. A propos de certains chiffres, au paragraphe 5 de votre mémoire, à la page 3, vous dites :

> "... à l'heure actuelle, les produits de beauté d'environ 65 fabricants sont distribués aux coiffeurs par quelque 75 organismes de vente."

Ce qui représente, dites-vous, une hausse considérable au cours des onze dernières années ? — R. Oui.

D. Pourriez-vous préciser l'importance de l'augmentation, monsieur Swenson, en nous fournissant le nombre des fabricants et des organismes de vente que comptait l'industrie en 1940 ? — R. Je n'ai pas ces chiffres, mais si l'on remonte jusqu'en 1921, je vous dirai qu'il n'y avait alors à peu près aucun institut de beauté. En 1951, nous en avons 6,000.

D. Vous ne pourriez nous indiquer la tendance qui s'est manifestée depuis dix ans ? — R. Non, je ne dispose pas de ces chiffres.

D. Vous nous avez parlé du nombre des personnes, mais que faut-il penser des divers produits qu'ils vendent, que les fabricants produisent et que les revendeurs écoulent ? Le nombre et la diversité de ces produits ont-ils augmenté ? — R. Oui, le nombre de ces produits augmente sans cesse.

D. A-t-il augmenté de façon soutenue ? — R. Oui, de façon soutenue.

D. Quelle a été la tendance, au cours de cette décennie, quant à la marge de bénéfice. — R. Toujours à la baisse.

D. Toujours à la baisse ? Y a-t-il des exceptions ? — R. Je l'ignore. S'il y en a eu, elles m'ont échappé.

D. Y a-t-il dans l'industrie des fabricants qui disposent de certains débouchés et qui s'occupent eux-mêmes d'écouler leurs produits ? — R. Oui. Il y a une entreprise très importante qui s'occupe de la vente de ses produits.

D. Il s'agit, je suppose, de ce qu'on appelle communément une entreprise à succursales ? — R. N'est-ce pas plutôt un cartel ?

D. Je ne sais pas ; le terme a un sens odieux ; il serait préférable de ne l'appliquer à personne. Voudriez-vous nous dire si le genre de concurrence qu'oppose ce fabricant particulier, tant aux autres fabricants qu'aux autres revendeurs, se rapproche de celle que se livrent entre eux fabricants et revendeurs de votre association ? — R. Nous sommes en mesure de faire face à cette concurrence. On s'imagine qu'en supprimant un des échelons, celui de la distribution, on peut vendre à beaucoup meilleur marché. Mais alors il faut employer son propre groupe de distributeurs, de sorte que la concurrence est très vive entre nous tous, quoiqu'il fabrique lui-même presque tous ses produits et qu'il les vende aux coiffeurs par l'entremise de sa propre organisation. Néanmoins, nous sommes tous en mesure de nous concurrencer. On ne supprime pas l'un des échelons comme on veut ; qu'il travaille pour son propre compte ou pour un autre, le distributeur est indispensable.

D. Le fabricant dont il est question établit lui-même, il va sans dire, le prix auquel son agent vend le produit. Advenant l'interdiction dans votre industrie de la fixation du prix de revente, quelle en serait la répercussion, quant à la concurrence, sur vos fabricants et fournisseurs et sur le fabricant qui adopte l'autre régime ? — R. Cela ne changerait rien à la situation. Le fabricant qui vend directement au coiffeur ne modifierait pas ses prix qui lui permettent, en ce moment de faire face à la concurrence ; il pourrait les relever ou les abaisser, je l'ignore. Mais la nouvelle loi ne changerait rien à cet état de choses.

D. Voici où je veux en venir, — et c'est un point qui intéressera peut-être le Comité : quel serait l'effet de la mesure sur la façon dont vos fabricants et fournisseurs, qui pratiquent maintenant la fixation des prix de revente, devraient s'y prendre pour faire face à la concurrence ? — R. Je ne saisis pas très bien la question.

D. Je précise donc, car la question me paraît importante. — R. Il existe en ce moment une entreprise de fabrication qui vend ses produits aux coiffeurs sans intermédiaire. A l'heure actuelle, elle les vend à certains prix.

D. Voici une société qui cumule les fonctions de fabricant et de distributeur. — R. Oui.

D. Il y a, par ailleurs, 65 fabricants et 75 intermédiaires qui pratiquent la fixation du prix de revente ? — R. Oui.

D. Or, mettons que le Parlement adopte une loi interdisant la fixation du prix de revente, la mesure atteindra vos 65 fabricants ainsi que vos 75

revendeurs, mais il ne semble pas qu'elle dérange le fabricant qui dispose de ses propres moyens de distribution. Que dire des conditions auxquelles vos revendeurs et fabricants sont en mesure de faire face à la concurrence du fabricant qui distribue ses propres produits ? — R. J'estime qu'en adoptant la mesure dont vous parlez, on ne changera rien à la situation. Dans notre industrie nous continuerons de fixer le prix de revente. C'est-à-dire que certains prix s'imposent pour des raisons d'économie. Voilà ce que je veux dire. On ne modifiera pas les prix parce que la loi a été modifiée ; sinon, c'est le régime économique qui fait défaut. De fait il l'est déjà, car nos prix ne sont pas assez élevés. Dans le cas d'une industrie où tous les prix sont trop élevés, la mesure pourrait avoir un effet, mais dans la nôtre, les prix sont trop bas.

D. M. Swenson, en toute justice envers vous, je dois vous demander de vous expliquer. S'il faut en croire votre dernière réponse, il semble très probable qu'advenant l'interdiction par le Parlement de la fixation du prix de revente, vous y auriez quand même recours. Ce n'est sûrement pas là ce que vous avez voulu dire ? — R. Non. Si un fabricant vend actuellement un article à un prix imposé qui soit équitable, la mesure n'y changera rien. D'autre part, si le revendeur accepte la majoration ou l'escompte établi, — car il s'agit bien d'un régime d'escompte, — et s'il en tient compte parce que cet escompte lui semble équitable, qu'il y ait une nouvelle loi ou non, il n'y changera rien. Voilà ce que j'ai voulu dire. Ce que je tenais à souligner c'est que dans notre industrie la loi ne changerait pas les prix, puisqu'ils sont déjà équitables.

D. Même si le Parlement adopte la mesure, il semble donc qu'elle ne change pas grand chose aux cours pratiqués dans votre industrie ? — R. C'est exact.

D. En réponse à une question de M. Phelan vous avez, sauf erreur, fourni l'exemple d'un fournisseur ou revendeur qui se proposait de vendre à un prix moindre que le prix stipulé. Avez-vous eu connaissance que les fournisseurs cherchaient parfois à vendre à des prix plus élevés que ceux qui étaient stipulés ou que d'autres personnes se livrant à la même industrie aient tenté d'en faire autant ? — R. Pour ma part, je n'ai guère eu de difficultés de ce côté. A quelque échelon que ce soit, tous les fournisseurs ont toujours très bien collaboré, de sorte que pendant trente ans je n'ai jamais dû rayer de ma liste un fournisseur parce qu'il ne respectait pas mon prix. Mais j'ai dû parfois en avertir quelques-uns.

D. D'après la réponse que vous avez fournie à M. Phelan, il semblait que vous aviez vous-même ou que certains de vos confrères avaient eu connaissance de fournisseurs qui cherchaient à vendre à des prix moins élevés que les cours imposés ? — R. En effet.

D. Avez-vous rencontré des distributeurs qui désiraient vendre au-dessus des prix imposés ? — R. Oui. Certains commerçants nous ont demandé de majorer nos prix parce que, dans toute industrie, l'absence de relèvement des prix pendant une dizaine d'années donne lieu à des situations embarrassantes. Prenons, par exemple, le cas des vendeurs itinérants. Le commerce des produits de beauté ne ressemble guère aux autres commerces où l'acheteur vient effectuer ses achat à la salle d'échantillons. Dans notre commerce, le fournisseur doit mettre ses vendeurs sur la route. Or tous les frais de route que doivent acquitter les vendeurs n'ont cessé de monter : voiture, auberges, repas, tout a monté, sauf la commission du vendeur. De fait, nous avons maintenu les prix à un niveau inférieur à ce qu'il devrait être.

D. Je comprends qu'on n'ait pas majoré la marge de bénéfice si la quantité de marchandises a augmenté. Quelle tendance ont manifesté les prix, au regard de la marge de bénéfice ? — R. Dans la pratique les seuls relèvements effectués à nos prix sont dus au relèvement de l'impôt fédéral.

D. Une dernière question. A la page 2 du mémoire vous signalez votre désir de maintenir un état de choses qui favorise un commerce ordonné. Voilà pour le paragraphe 3. Vous poursuivez : "Par le passé, l'industrie a beaucoup souffert des réductions de prix excessives, pratique très répandue qui a causé beaucoup de faillites et jeté nombre de commerçants sur le pavé. Avez-vous des chiffres à ce sujet, monsieur Swenson ? — R. Je pourrais me les procurer.

D. Il me semble, monsieur le président, que le comité aurait intérêt à obtenir des chiffres à cet égard. M. Corlett aurait sans doute l'obligeance de poursuivre ses recherches sur ce point. Vient ensuite, au bas de la même page, l'affirmation : "L'expérience a appris au fabricant que s'il perd toute emprise sur les prix de revente, les intermédiaires utiliseront nombre de ses produits de marque comme articles sacrifiés". Jusqu'à quel point avait-on eu recours à l'article sacrifié au sein de cette industrie avant que la fixation des prix de revente y soit si généralement pratiquée ? — R. La pratique de l'article sacrifié y était assez répandue, au détriment de l'industrie dans son ensemble. C'est là mon opinion personnelle.

D. C'est là votre avis, mais vous n'avez, monsieur Swenson, rien de concret, vous n'avez pas de données qui puissent aider le Comité ?

M. CORLETT : Je pense, monsieur Fleming, que nous sommes en mesure de trouver nous-mêmes ce renseignement. Mais, vous vous en rendez compte, nous avons recours aux services de l'État, au Bureau de la statistique, qui a décidé de classer notre industrie avec celle des articles de toilette. Nous ne disposerons pas avant l'an prochain, il va sans dire, du résultat du nouveau recensement ; nous ne pouvons donc pas compter sur ces chiffres, mais je pense que nous pourrons quand même nous procurer le renseignement voulu.

M. FLEMING : Il est difficile d'obtenir ces données, je le sais, mais je me suis demandé si vous ne teniez pas, au sein de l'industrie, une statistique qui puisse jeter un peu de lumière sur les deux points importants que vous mentionnez.

M. Beaudry :

D. Monsieur Swenson, tout au long de l'interrogatoire mené par M. Phelan, le mot "maîtrise" a jailli par rapport à votre association. Ne serait-il pas plus juste de dire que la maîtrise qu'exerce votre association ressemble à celle de bien d'autres associations comme la Canadian Daily Newspaper Association, l'Association des annonceurs canadiens, ou tout autre groupement qui réunit des personnes s'intéressant au même genre d'affaires mais qui, en réalité, n'exerce aucune maîtrise sur les méthodes d'exploitation et de commerce de leurs divers membres ? — R. C'est précisément cela.

D. En tant qu'association, vous n'avez donc aucune autorité ? — C'est exact.

D. Votre association, sauf erreur, ressemble à bien d'autres, dont les membres se réunissent en vue d'améliorer les pratiques suivies dans le commerce, de préparer des expositions conjointes, de lancer dans le public des campagnes conjointes, et d'organiser peut-être des congrès annuels où puissent se réunir clients et fabricants ainsi que tous les agents de distribution. Ai-je bien compris ? — R. Parfaitement. Une de nos réalisations consiste en une exposition de coiffure. Nous en montons d'ordinaire une à Montréal et une

autre à Toronto, ce que nous ne réussirions pas à accomplir sans une association quelconque.

D. Votre association ne dirige donc aucunement les méthodes que suivent fabricants et revendeurs ? — R. Tout fabricant, tout intermédiaire, tout membre, est libre de conduire son entreprise comme il l'entend.

D. On a fait état de ce que la fixation des prix, appliquée au revendeur ou distributeur, se répercutait éventuellement sur le prix exigé du consommateur. Bien que vous approvisionniez de nombreux barbiers et spécialistes en produits de beauté, n'est-il pas vrai qu'un grand nombre d'entre eux fabriquent eux-même les produits dont ils se servent ? — R. Il leur est loisible d'agir ainsi et ils le font.

D. Vous avez constaté que certains agissent ainsi ? — R. En effet, mais la pratique n'est pas généralement répandue.

D. Mais c'est là une pratique à laquelle on peut normalement recourir ? — R. En tout temps.

D. Il est donc toujours loisible au consommateur, en l'espèce, spécialiste en produits de beauté ou barbier, de fabriquer ses propres produits ? — R. C'est exact.

D. Vous avez dit à M. Fleming, sauf erreur, que les prix imposés avaient parfois fluctué, mais que la marge de bénéfice avait gardé la même proportion ou diminué ? — R. C'est bien cela.

D. Vous avez mentionné qu'au cours d'une dizaine d'années, je ne me souviens plus exactement, les majorations de prix n'avaient, en général, pas dépassé 15 p. 100 ? — R. Oui.

D. Du fait, entre autres motifs, de la production accrue, au cours des ans ? — R. De la quantité accrue.

D. De la quantité accrue de marchandises ? — R. Oui.

D. Faut-il attribuer entièrement ou pour une part cette quantité de marchandises accrue à la fixation des prix ? — R. Elle tient uniquement à l'essor de l'industrie. La fixation des prix de revente n'y a été pour rien.

D. Mais n'avez-vous pas, sinon affirmé, du moins donné à entendre que la fixation des prix avait favorisé l'essor de l'industrie ? Remontons au moment de la fondation de votre association, où vous avez, comme vous nous l'avez dit, trouvé l'industrie dans un état déplorable ? — R. Mais la quantité de marchandises dépend du nombre de personnes qui exploitent l'industrie, du nombre des coiffeuses et des barbiers. Voilà ce qui augmente la quantité des produits. A cela il faut ajouter les nouveaux produits que lancent les fabricants.

D. Revenons un instant au coût de la vie. Les préparations, — vous avez employé le mot "fournitures", — que vous vendez aux barbiers et coiffeuses ne représentent, d'après votre mémoire n'est-ce pas, qu'un dixième des frais que doit acquitter le consommateur, c'est-à-dire la personne qui s'adresse au barbier ou à la coiffeuse, tandis que les autres neuf dixièmes consistent en frais de service ou en revenu provenant de services ? — R. C'est bien cela.

D. De sorte que toute fluctuation de vos prix n'atteint le consommateur que dans la proportion de 10 p. 100 ? — R. En effet. Mais prenons le cas du barbier qui donne une coupe de cheveux. N'oubliez pas que s'il doit se procurer une tondeuse électrique, l'appareil lui durera nombre d'années, de sorte que le 10 p. 100 constitue quand même une large proportion.

D. Je songeais aux fournitures.

M. Thatcher :

D. Monsieur le président, il est une partie du rapport que je désire d'abord commenter. Au haut de la page 3, le témoin a mentionné la marge de bénéfice. Voudrait-il préciser au comité si cette marge de 20 à 50 p. 100 se fonde sur le prix de revient ou sur le prix de vente ? J'avais compris d'après vos premiers témoignages qu'il s'agissait du prix de revient ? — R. Du prix de revient, en effet.

D. C'est-à-dire 20 à 50 p. 100 sur le prix de revient ? — R. Oui.

D. Le témoin voudrait-il nommer certains articles de son commerce dont le prix est imposé et certains autres, peut-être à l'égard desquels il ne l'est pas ? Il y en a 90 p. 100 des premiers nous avez-vous dit. Pourriez-vous nous en nommer un ? — R. Un dont le prix n'est pas imposé ?

D. Oui. — R. Cela me serait impossible. Il s'agirait sans doute de fournitures fabriquées par des non-membres ou d'accessoires importés des États-Unis.

D. Voici où je veux en venir : êtes-vous en mesure d'indiquer au Comité la marge de profit que vous vous allouez, d'abord à l'égard des marchandises assujetties à la fixation du prix de revente, puis, à l'égard de celles qui y échappent ? — R. Je n'ai de chiffres qu'à l'égard des articles soumis à la fixation des prix. Je ne saurais présenter les chiffres d'un de mes concurrents, qui ne me les fournirait certes pas.

D. Votre association ne pourrait-elle, pour la gouverne du Comité, obtenir certains articles non assujettis à la fixation du prix de revente, afin de nous renseigner sur la marge de bénéfice qu'ils comportent ? Nous serions alors en mesure d'établir la comparaison avec les autres articles. — R. Je doute que le fabricant nous fournisse ce renseignement. Mettez-vous à la place du fabricant qui ne fait pas partie de l'association. A supposer qu'à titre de président, je vous demande de m'indiquer votre prix de revient, parce que le Comité d'enquête sur les coalitions a besoin de ce renseignement, je doute que vous me le fournissiez.

D. Tous les articles que vendent les membres de votre association tombent-ils sous le coup de la fixation du prix de revente ? — R. Non, les neuf dixièmes seulement. Est-ce l'autre dixième qui vous intéresse ?

D. Oui. — R. Je pourrais sans doute vous procurer ce renseignement.

D. J'aimerais beaucoup l'obtenir à l'égard du plus grand nombre d'articles possible. — R. Très bien, nous y verrons. Je n'avais pas saisi votre pensée. Je croyais que vous nous demandiez de nous adresser à d'autres qu'à nos propres membres.

D. Vous avez dit tantôt que fabricants et revendeurs avaient conclu des ententes en vue de maintenir les prix. S'agit-il d'ordinaire d'accords écrits, ou bien d'ententes verbales ? — R. Autant que je sache, toujours d'ententes verbales.

D. Quant à votre association, rien n'est fixé sur le papier ? — R. Depuis trente ans que je fais affaires avec toutes sortes de clients, je n'ai jamais conclu d'accord écrit relativement à la fixation d'un prix.

D. Ces sociétés particulières fabriquent-elles d'ordinaire plusieurs produits ou se spécialisent-elles ? — R. Quant aux accessoires, elles s'en tiennent aux spécialités. Quant aux fournitures, elles peuvent tenir une dizaine de produits différents.

D. De dix à combien ? — R. Il y en a une dizaine.

D. Vous avez dit tantôt que si l'un de vos membres vendait, mettons, un shampooing au dessous du prix imposé, vous le rayeriez de vos listes.

Agiriez-vous de la sorte uniquement à l'égard de ce produit ou à l'égard de tous les dix ? — R. A l'égard de tous les produits.

D. Autrement dit... — R. C'est là mon avis, mais, je le répète, je n'ai jamais dû prendre de telles mesures à l'égard de qui que ce soit.

D. Vous songez sans doute à votre association. Il semble donc raisonnable de supposer que la plupart des sociétés adopteraient la même ligne de conduite. — R. Je le pense.

D. Ne serait-ce pas faire preuve d'un peu trop de rigueur à l'endroit d'un revendeur particulier que de lui refuser tous vos produits ? — R. Pas le moins du monde. Mettons qu'un de mes cinquante clients se mette à me faire des difficultés, à moi qui collabore avec lui depuis trente ans. Est-ce là trop de rigueur ? Sans tenir compte de mes intérêts, il s'emploie à réduire de moitié, à détruire le commerce auquel j'ai consacré trente années d'efforts.

D. Lorsqu'un revendeur qui tient, mettons, dix produits importants, se voit refuser toute la série d'articles pour avoir une fois passé outre à l'entente dont vous parlez, je conçois qu'il en résulte pour lui une perte importante ; peut-être pas la faillite, mais tout au moins une perte grave ? — R. Il y perdrait beaucoup moins que moi. Je vous assure qu'il s'en tirerait. En un rien de temps il se procurerait 25 autres marques aussi faciles à écouler que la mienne. Mon entreprise, par contre, que j'ai mis trente ans à édifier, s'écroulerait en cinq minutes.

D. Supposons qu'un fabriquant juge bon d'appliquer des sanctions à l'égard d'un revendeur, est-il probable que les autres membres de votre association en fassent autant ? — R. Peut-être ; il y en a plusieurs dans l'association qui y songeraient, mais je ne sais ce qu'ils décideraient.

M. Thatcher :

D. Mais il est possible qu'ils les appliquent ? — R. C'est possible.

D. Mais une telle mesure de la part de votre entreprise pourrait fort bien le mettre sur le pavé, n'est-ce pas ? — R. On l'avertit toujours, mais s'il récidive c'est qu'il est décidé à me faire tort. Je l'avertis. Pourquoi agirait-il autrement ? Pourquoi ne pas suivre mon conseil ? Voici un prix équitable que ses confrères consentent à respecter. Pourquoi vouloir ruiner mon commerce pour réaliser lui-même quelque gain provisoire ? Est-ce juste ? Est-ce trop de rigueur ?

D. C'est peut-être à moi, monsieur Swenson, à poser les questions. Vous dites qu'en rabaissant les prix le revendeur s'expose à ce que tous les membres de votre association refusent de lui vendre leurs produits. — R. Je m'explique. Il se pourrait qu'un ou deux emboîtent le pas, mais je vous assure qu'il s'en trouverait au moins une dizaine d'autres qui ne suivraient pas cet exemple. Ai-je répondu à votre question ?

D. Une telle punition me paraît très sévère. Vous dites que votre industrie doit affronter une concurrence acharnée. La concurrence vous vient-elle de l'étranger, monsieur Swenson, ou surtout du Canada ? — R. Surtout du Canada.

D. Comment cela ? Comment ce fait-il que vous n'ayez pas à faire face à la concurrence américaine, par exemple ? — R. A cause du tarif des douanes.

D. Quels droits protègent votre industrie ? — R. Ils s'établissent, sauf erreur de 20 à 25 p. 100.

D. De 22½ à 25 p. 100, sauf erreur. Autrement dit, n'ai-je pas raison d'affirmer que cette protection, vous en jouissez au frais du consommateur

canadien ? Il me semble que le tarif des douanes annuel, pour une large part, la concurrence à laquelle vous pourriez avoir à faire face. — R. On pourrait déduire de ce que vous dites que nos prix dépassent de 22.5 à 25 p. 100 ceux des États-Unis. Je ne suis pas du tout de cet avis. J'estime que nos prix soutiennent la comparaison avec ceux de nos voisins. Si l'on en déduit les taxes de vente et d'accise, on constatera que presque tous nos produits de beauté peuvent soutenir la concurrence des produits américains dont on a également déduit tout tarif douanier.

D. J'aimerais bien savoir comment le fabricant s'y prend lorsqu'il fixe ses prix, pour tenir compte du tarif douanier. Voudriez-vous nous donner quelques éclaircissements là-dessus ? — R. Dans le commerce des produits de beauté et tout particulièrement des fournitures, la question de la douane, autant que je sache, n'entre pas en ligne de compte.

D. Voyez-vous quelque objection à ce qu'on la supprime ? — R. Dans notre commerce, pour ce qui est des fournitures, non, je ne le crois pas.

D. Vous ne vous y opposeriez pas ? — R. Non.

D. Dans ce cas, y a-t-il lieu de supposer que vos prix pour ce genre de produits sont actuellement de 22.5 à 25 p. 100 plus bas que ceux des produits américains du même genre ? — R. Non, ce n'est pas ce que vous avez dit.

D. Alors je n'ai pas saisi le sens de votre réponse. — R. Ce que vous vous efforcez d'établir, j'imagine, c'est que l'article qui se vend $1 au États-Unis se vend ici $1.25. Il coûte probablement au Canada moins que $1.25.

D. Comment vous y prenez-vous pour tenir compte des droits américains lorsque vous fixez votre prix ? Voilà le renseignement que je désire.

M. CORLETT : Voici, à mon sens, la réponse à votre question : nombre d'entreprises de fabrication établies au Canada sont succursales ou filiales d'entreprises américaines, de sorte que, dans la pratique, le tarif douanier a eu l'heureux effet de contraindre ces sociétés à fonder des entreprises de fabrication au Canada.

M. Thatcher :

D. Cependant, le consommateur canadien doit payer le même article un peu plus cher. Le témoin nous dirait-il maintenant s'il admet le principe dont s'inspire la concurrence. J'imagine que vous l'acceptez ? — R. Certainement. La concurrence est nécessaire. Sans elle, ni la nôtre, ni aucune autre industrie ne progresserait.

D. Lorsqu'il s'agit d'acheter vos matières premières, vous préférez que la concurrence existe dans ce domaine. Vous aimeriez bien pouvoir acheter sur le marché libre ? — R. Sans doute.

D. Comment osez-vous, d'une part, réclamer la concurrence à l'égard des articles que vous achetez et de l'autre affirmer au Comité qu'il vous faut la fixation du prix de revente, afin de vous assurer, à l'égard des articles que vous vendez, un prix qui échappe à la concurrence ? — R. En ma qualité de fabricant j'appuie la concurrence. Mais ce sont des matières premières que j'achète et non pas des produits de marque.

D. En d'autres termes, ai-je raison d'affirmer que vous préconisez la concurrence pour tout le monde, sauf pour votre propre industrie ? — R. Je ne me souviens vraiment pas de m'être exprimé en ce sens.

D. Vous aimeriez, dites-vous, acheter les matières premières sur le marché libre, mais vous ne tenez pas à la concurrence lorsqu'il s'agit de vendre vos produits. — R. Vous confondez deux éléments : les matières premières et les articles de marque.

D. Il n'y a aucune confusion. Je n'admets tout simplement pas la logique de vos deux désirs. Veuillez vous reporter un instant, je vous prie, au troisième paragraphe, page 2, de votre mémoire. A la première ligne vous affirmez :

> "Si les fabricants de produits de beauté tiennent à conserver la pratique de la fixation du prix de revente quant à la vente des marchandises estampillées ou des produits de marque, ce n'est pas afin de majorer les prix, mais tout simplement pour sauvegarder un état de choses qui favorise un régime de vente ordonné".

Faut-il conclure de cette affirmation que, la fixation du prix de revente dût-elle être supprimée, le service commercial de vos produits ne s'effectuerait plus de façon ordonnée ? — R. Même si l'on supprimait la fixation du prix de revente dans notre industrie, j'estime que nos produits s'écouleraient de façon ordonnée pour l'excellente raison que la marge de profit n'y est pas excessive. Dans notre industrie cette marge est très réduite. Nous réussissons à peine à joindre les deux bouts, à vivre des bénéfices que la concurrence nous contraint à accepter. Aussi, que la fixation du prix de revente demeure ou qu'elle disparaisse, cela ne changera pas grand chose. Les prix actuels resteront les mêmes.

D. En ce cas, le Comité est-il en droit de supposer que vous ne vous opposeriez pas trop à la suppression de la fixation du prix de revente puisque votre industrie n'en souffrirait pas ? — R. Mais en tirant ces conclusions vous me semblez interpréter mes paroles comme s'appliquant à l'industrie tout entière. Je m'explique. Pour ce qui est de mon entreprise personnelle, cela ne ferait guère de différence.

D. Il me semble que vous parlez au nom de l'association en ce moment. Auriez-vous l'obligeance d'y rapporter vos réponses ? — R. A l'association ?

D. Oui. Vous ne croyez pas que les prix diminuent beaucoup, nous avez-vous dit, du fait de la suppression de la fixation du prix de revente ? — R. Je m'explique. Je ne crois pas que cela change beaucoup les choses. Néanmoins, je n'aimerais pas qu'on interdise la fixation du prix de revente.

D. Vous avez d'abord adopté la fixation du prix de revente, avez-vous dit tantôt à M. Phelan, à cause du désordre qui existait dans votre industrie. Dois-je comprendre que ce désordre tenait, en partie, à ce que certains fabricants rabaissaient leurs prix ? — R. Il faut l'attribuer surtout aux distributeurs, qui n'arrivent jamais à établir exactement leurs frais de vente.

D. Il y a eu beaucoup de ventes à vil prix ? — R. En effet, il s'agit bien en ce cas de réduction de prix.

D. C'était donc la vente à rabais qui avait désorganisé le commerce. Faut-il en conclure que la suppression de la fixation du prix de revente ramènerait les rabais ? — R. Oui, c'est là, je le répète, ce que je prévoyais ; c'est pourquoi je n'en préconise pas la suppression.

D. En d'autres termes, pour ce qui est de ceux qui achètent ces accessoires, dès que la fixation du prix de revente serait supprimée, ils pourraient s'attendre à voir diminuer les prix. C'est bien ce que vous avez dit, n'est-ce pas ? — R. Oui, mais il faut comprendre que certains fléchissements dans les prix sont nuisibles à l'ensemble de l'industrie. Si les revendeurs, qui ne sont pas parfaitement au courant de leurs frais, vendent au rabais, il est permis de supposer que c'est l'industrie qui devra en assumer le coût ? Autrement dit, une fois le distributeur en faillite, qui est-ce qui écoppe, sinon le fabricant qui lui a vendu la marchandise.

D. Votre argument est peut-être valable. Néanmoins, vous devez reconnaître devant le Comité qu'une fois la fixation du prix de revente abolie, les

prix fléchiront probablement ? — R. Oui, mais je ne veux pas, par mes réponses, créer une fausse impression. Vous voulez me faire dire que les prix fléchiraient et que la collectivité en bénéficierait. Je m'y refuse.

D. Le consommateur en profiterait-il ? — R. En ce qui concerne l'industrie, ce n'est pas le consommateur qui en bénéficierait car il faut compenser les pertes. Quand il y a baisse des prix des produits d'une industrie, il faut que quelqu'un absorbe l'écart et c'est celui qui est dans cette industrie qui subit la perte.

LE PRÉSIDENT : M. Garson a la parole.

L'honorable M. Garson :

D. Monsieur Swenson, vous nous avez dit que lorsque les membres de l'association se sont réunis, ils n'ont jamais discuté de prix, mais parfois de marchés. — R. Oui.

D. Et, sauf erreur, les discussions ont porté sur des questions comme celle de savoir si les marchands seraient autorisés à réaliser certains bénéfices après une certaine date. Quel genre de bénéfices voulez-vous dire ? — R. Par exemple, il peut s'agir d'un marché où l'acheteur reçoit une douzaine d'unités pour le prix de dix.

D. Oui. — R. C'est une vente spéciale ; on obtient 12 articles pour le prix de 10 ; le fabricant fait cette offre et il décide qu'elle vaudra jusqu'au 1er décembre.

D. Et à titre de fabricants vous discutez de l'opportunité d'accorder cet escompte au marchand après une date donnée ? — R. Nous étudions simplement quelle ligne de conduite nous devrions suivre. Le marchand achète ces marchandises et les garde en stock. Devra-t-il continuer de les vendre à ce prix d'aubaine ou lui permettra-t-on de les ajouter à son stock régulier. Ce sont là des questions au sujet desquelles il est préférable d'assurer l'uniformité.

D. Oh oui, et elles font l'objet d'une étude ? — R. Oui.

D. Et les conditions qu'on fait au marchand sont établies par les fabricants et déterminées à cette réunion ? — R. Exactement.

D. Et vous prenez cette décision sans consulter qui que ce soit. — R. Oui, c'est cela.

D. Dans la fixation de vos propres prix, est-il bien évident que chaque fabricant les établit individuellement ? — R. Oui.

D. Dois-je comprendre qu'en ce qui concerne les prix de vos marchandises, vous les déterminez vous-même, et vous établissez non seulement quel sera votre bénéfice mais quels seront ceux des gens qui vendent vos produits ? — R. Exactement, car il y a un escompte fixe.

D. Un escompte fixe que vous établissez vous-même sans consulter qui que ce soit ? — R. Exactement.

D. Conformément aux dispositions ainsi prises.

M. FLEMING : Avez-vous dit "profit" ou "prix" ?

L'HON. M. GARSON : La marge de bénéfice pour lui-même et pour le marchand.

L'honorable M. Garson :

D. Vous nous avez parlé du shampooing que vous avez vendu à $2. Les frais de production de ce shampooing s'élevaient bien à $1 ? — R. C'est juste.

D. Et ce shampooing se vendait $3 ? — R. Oui.

D. Sauf erreur, il y avait majoration de 50 p. 100 par rapport à votre prix de revient, n'est-ce pas ? — R. En effet.

D. Parce qu'une partie de l'avance est attribuable aux impôts ? — R. Oui.

D. Et dans le cas du marchand, je suppose, l'avance brute par rapport au prix d'achat de $2 serait de un dollar, c'est-à-dire de 50 p. 100 ? — R. Exactement.

D. Vous nous avez dit que ces marges de bénéfices ont diminué sans cesse au cours des dix dernières années ? — R. Non. J'ai dit que les prix avaient été maintenus durant les derniers dix ans et qu'ils n'ont été relevés que dans la mesure où les impôts ont augmenté.

D. Des majorations qui atteignent les prix ; je parle de la marge de bénéfice brut. Je vous ai très clairement entendu dire que durant cette période la marge de bénéfice a continuellement diminué sous le régime de la fixation des prix de revente et sauf erreur vous avez prétendu que la fixation des prix de revente était une chose avantageuse, puisque grâce à elle les marges de bénéfices diminuaient. Eh bien, diminuaient-elles, oui ou non ? — R. Oui, elles diminuaient car notre volume de ventes augmentait et nous pouvions nous contenter d'un bénéfice moindre par unité.

D. A tout prendre, quelle a été, durant cette période le pourcentage de la diminution annuelle ? — R. Il n'est certes pas facile de répondre à cette question au pied levé.

D. De 10 p. 100 par année, peut-être ? — R. Non, je crois qu'il serait très faible. C'est plutôt élevé, 10 p. 100.

D. Eh bien, mettons 5 p. 100 ? — R. Peut-être.

D. Pendant 10 ans, à 5 p. 100, cela ferait 50 p. 100 pour les dix années, n'est-ce pas ? — R. Si l'on adopte votre façon de calculer ; à une telle question il est difficile de répondre sans livres et sans chiffres. Si vous me l'aviez demandé par lettre, j'aurais pu vous fournir ces chiffres.

D. Je ne veux pas vous attribuer des chiffres que vous n'avez pas cités. Je vous ai demandé si c'était 5 p. 100 : serait-ce 5 p. 100 ? — R. Disons un faible pourcentage.

D. Vous dites un faible pourcentage. Alors, pourrait-on dire 3 p. 100 ? — R. Peut-être.

D. Autrement dit, 30 p. 100 durant une période de 10 ans ? — R. Peut-être.

D. Alors votre marge de bénéfice durant 10 ans serait de 30 p. 100 de plus que le pourcentage actuel de 50 ? — R. D'après ces chiffres, c'est exact.

D. A l'égard de votre propre majoration comme de celle du marchand ? — R. Oui.

D. Sauf erreur, vous avez dit que si cette loi était adoptée, les prix demeureraient à peu près les mêmes ; ils ne changeraient pas. Est-ce parce que vos prix sont déjà tellement bas qu'il est impossible à vos concurrents, même si l'on interdit la fixation des prix de revente, de les réduire davantage ? — R. Il serait difficile de trouver un domaine où s'exerce une plus forte concurrence et où les prix ont été réduits à un si bas niveau, que celui de la fabrication des produits de beauté.

D. Vous dites que dans l'intérêt de vos affaires il faut que les grossistes jouissent d'une marge de bénéfice de 50 p. 100 ? — R. En effet.

D. Et vous dites que le marchand doit également jouir d'une marge de 50 p. 100 ? — R. Oui.

D. Sauf erreur, vous avez dit qu'un argument en faveur de la fixation des prix de revente, c'était que les marchands pouvaient acheter vos produits de marque reconnue, ce qui serait autrement impossible parce que vous ne pourriez pas demeurer en affaires. — R. Oui. Je me serais vu contraint d'aban-

donner les affaires depuis plusieurs années, n'eût été la fixation des prix de revente.

D. Quand êtes-vous entré en affaires ? — R. Il y a trente ans.

D. Et quand la fixation des prix de revente a-t-elle commencé à s'appliquer ? — R. A partir du premier jour où je suis entré en affaires.

D. Et quand votre organisme a-t-il pris naissance ? — R. Il y a environ 10 ans.

D. Il y a environ 10 ans ? — R. J'étais donc en affaires depuis 20 ans et durant tout ce temps-là, ce fut mon seul souci. La question m'inquiétait, car je tenais à demeurer en affaires.

D. Je vous ai entendu parler de la confusion qui régnait dans votre organisme ? — R. C'est vrai.

D. Vous aviez alors vous-même eu recours à la fixation des prix de revente ? — R. Oui.

D. La confusion qui existait alors avait-elle pour cause, ou, pour être plus clair, n'était-elle pas effectivement attribuable à ce que d'autres marchands et d'autres fabricants s'abstenaient de fixer les prix de revente ? — R. C'était là une des raisons.

D. Vous avez donc réussi à survivre durant 20 ans malgré cette confusion, bien que la plupart des autres hommes d'affaires ne fixaient pas comme vous les prix de revente ? — R. Oui.

D. Le fait pour eux de recourir à la fixation de leurs prix de revente constitue peut-être, n'est-ce pas, un simple facteur dans vos affaires, parce qu'il y avait concurrence et que vous deviez faire face à cette pratique ? — R. Je souhaiterais voir entrer dans l'association ceux qui sont engagés dans les mêmes affaires, car cela permettrait aux revendeurs d'écouler nos produits sur une base commune. L'association deviendrait alors avantageuse et de cette façon je pourrais percevoir mon argent.

D. Autrement dit, c'était fort avantageux pour vous. Il était vraiment plus important pour vous que d'autres industriels engagés dans le même genre d'affaires fixent leurs prix de revente, beaucoup plus, mettons que si vous-même l'aviez fait, car si vous aviez eu recours à cette pratique en concurrence avec eux, vous auriez perdu des affaires. — R. Oui.

D. Vous avez tout de même réussi à rester en affaires en recourant à cette pratique de la fixation des prix de revente durant vingt ans ? — R. En effet.

L'HON. M. GARSON : C'est tout.

LE PRÉSIDENT : M. Jutras.

M. Jutras :

D. Monsieur le président, dois-je conclure de ce qu'on vient de dire que votre principal argument, c'est que cette coutume assure la stabilité tant à votre niveau qu'à celui des revendeurs ? — R. Oui.

D. Vous avez dit que sans cette pratique vous ne seriez plus en affaires. Puis, à la page 3, vous dites qu'elle aide les petits commerçants à se maintenir en affaires. Votre association a-t-elle analysé de près cet aspect de la question afin de démontrer que cette pratique aide les petits marchands à se maintenir en affaires, ou qu'elle y contribue ? — R. Non, mais il devrait sauter aux yeux que si quelque important organisme décide de vendre mon produit à perte, tous les hommes d'affaires et particulièrement le petit marchand en subiront les effets.

D. Il y a évidemment le pour et le contre. C'est ce que prétend votre mémoire, mais il me semble qu'il n'y a pas beaucoup de preuves à l'appui de cette affirmation que je considère comme une partie très importante du mémoire. Sur quoi vous fondez-vous ? Est-ce simplement une impression ? — R. C'est surtout une impression, mais c'est non moins claire que deux et deux font quatre.

D. Voici ce que je ne comprends pas. Vous venez de dire que votre association a pris naissance en 1941. Jusqu'alors la fixation des prix ne revente était courante chez environ la moitié de ceux qui exercent le même commerce que le vôtre. Ce n'est vraiment qu'après 1941 que cette pratique s'est plus ou moins généralisée au point de devenir courante chez 90 p. 100 de vos concurrents en 1951. Ne serait-il pas juste de dire que c'est devenu un facteur important de vos affaires peu après la guerre ou vers la fin de la guerre ? — R. En général, je crois que ce facteur a toujours existé.

D. Peut-être un facteur, mais je veux dire un facteur important. Peut-on prendre pour admis que plus de la moitié des gens intéressés à ce commerce se livraient à cette pratique vers la fin de la guerre ? Et depuis, mettons, la fin de la guerre, c'est devenu un facteur important ? — R. Mettons que cette expérience, au cours des dix dernières années, a graduellement démontré aux divers fabricants qu'un prix courant est plus avantageux et pour eux et pour l'industrie, or c'est là, au fond, la fixation des prix.

D. Oui, mais prenons la situation telle qu'elle existe dans votre association, dans votre genre d'affaires, au Canada. Comme cette pratique ne s'est vraiment gnéralisée qu'après la guerre ou vers la fin de la guerre, quelle proportion de l'accroissement de stabilité est attribuable à la fixation des prix et quelle proportion au fait que le marché était dominé par le vendeur ? Depuis la fin de la guerre, la situation économique générale a permis aux vendeurs de dominer le marché. Il est certain que la situation qui a existé depuis lors a constitué un élément de stabilité assez important parmi les petits concessionnaires aussi bien que parmi les fabricants ? Ce que je veux établir, c'est la démarcation entre l'influence favorable due à la fixation des prix . . . — R. Je crois qu'elle a constitué un facteur très important. Êtes-vous satisfait de ma réponse, ou préférez-vous que j'amplifie.

D. En toute franchise, je ne vois pas comment vous pouvez déclarer qu'elle a été un facteur très important, puisque la fixation des prix ne s'est généralisée que depuis que vous faites des affaires sur un marché où domine le vendeur. Autrement dit, cette pratique n'a pas eu l'occasion de faire ses preuves sur un marché que domineraient les acheteurs.

Je crois que l'efficacité de cette pratique comme élément de stabilité s'accuserait davantage sur un marché dominé par les acheteurs. Ne l'admettez-vous pas ? — R. Je l'ignore tout simplement. Je ne saisis pas assez clairement votre idée pour répondre.

D. Eh bien ! voici le point que je tente d'établir. Vous parlez de votre expérience à l'égard de la fixation des prix et je parle de votre association et du groupe en général dont vous faites partie . . . — R. Oui.

D. . . . ce que vous connaissez par expérience de la fixation des prix, c'est qu'elle stabilise, mettons les affaires du petit marchand ? — R. Exactement.

D. Voici ce que je veux savoir : sur quoi se fonde votre déclaration, puisque dans vos affaires, la fixation des prix n'a jamais eu lieu lorsque les acheteurs dominaient le marché, mais seulement lorsque les vendeurs le dominaient ? Sans cette pratique d'établir les prix, il y aurait quand même eu plus de stabilité pour les petits marchands, comme pour les autres ? — R. Que

ce soient les acheteurs ou les vendeurs qui dominent le marché, je ne crois pas que cela change grandement la situation quand c'est un petit marchand qui achète mon produit. Il sait qu'il se vend à un prix déterminé et il en connaît la valeur. Il sait que demain personne ne viendra lui couper ce prix au nez et lui faire une concurrence néfaste. Comprenez-vous ? Il pourrait acheter pour $5,000 de mes produits et les déposer sur ses tablettes. Il sait qu'il peut les vendre au prix que j'ai déterminé, mais sans la fixation des prix il ne serait pas sûr de les vendre demain $1,000, et serait contraint d'abandonner les affaires. N'est-ce pas là un avantage pour le petit marchand ?

D. Ce n'est pas tout à fait le point que je soulevais, mais cela touche quand même à la question de stabilité. Vous prétendez que sans la fixation des prix, dans votre propre cas, vous auriez dû abandonner les affaires et que le marchand aurait divers genres de shampooings au sujet desquels il ne saurait pas à quoi s'en tenir ? — R. Précisément.

D. Si l'on en juge par le passé, nous savons que même sans la fixation de prix de revente, il y aurait quand même des marques connues que nous pourrions acheter. Les marques des divers catégories de marchandises ne changeraient pas du jour au lendemain. Je crois que vous poussez les choses à l'extrême.

Pour en revenir au cas présent, peut-on toutefois déclarer catégoriquement, avec preuves à l'appui, que la fixation des prix de revente favorise grandement le petit marchand ? — R. Oui, je crois qu'on peut le prouver.

D. Vous n'avez pas tenté de le faire ? — R. Non, pas en tant qu'association.

D. Vous ne seriez pas en mesure de nous dire quelle proportion est attribuable à la situation économique en général et quelle proportion est attribuable à la fixation des prix ? — R. Non.

D. C'est tout.

LE PRÉSIDENT : Puis-je proposer quelque chose ? Il y a un certain nombre de membres du Comité qui tiennent à interroger le témoin ; puis-je vous demander de résumer vos questions autant que possible, afin de donner à tous l'occasion de le faire. Je crois que le prochain nom, sur la liste, est celui de M. Shaw.

M. MACINNIS : Permettez, monsieur le président. Je n'entends pas poser de longues questions, mais je crois qu'une telle proposition devrait être formulée au début d'une réunion. J'allais la faire moi-même au début, mais je m'en suis abstenu. Je crois que vous feriez mieux de la remettre à demain. Je ne parle pas pour moi-même ; je poserai peut-être des questions, mais je serai bref.

LE PRÉSIDENT : Je croyais que nous pourrions accomplir quelque travail aujourd'hui et que demain nous pourrions partir du début. Je ne pensais pas qu'un même membre du comité interrogerait si longtemps le témoin et je ne voulais pas interrompre, car c'est une tâche désagréable pour un président.

M. MACINNIS : Sauf erreur de ma part, les membres du comité ne tiendront pas compte de vos observations.

LE PRÉSIDENT : M. Shaw.

M. Shaw :

D. Monsieur Swenson, vous avez dit au Comité qu'à titre de fabricant vous avez été en affaires durant vingt ans avant 1941. Est-ce bien exact ? — R. Oui, en effet.

D. Vous avez appliqué la fixation des prix de revente durant ces vingt ans, n'est-ce pas ? — R. Exactement.

D. Vos concurrents l'ont-ils également fait durant la même période ? — R. Bon nombre d'entre eux y ont eu recours.

D. Un bon nombre. Diriez-vous que la majorité d'entre eux y ont eu recours ? — R. Je ne peux répondre sans réserves, car durant les vingt premières années, je fabriquais, à Winnipeg, des tondeuses électriques à cheveux, des sèche-cheveux, des vibro-masseurs et autres articles. Ce n'était qu'un aspect de mes affaires, qui se résumaient, durant les premiers vingt ans, à fabriquer des appareils. Je suis alors venu m'installer ici pour ajouter d'autres produits à mon industrie. Quand vous me parlez des vingt premières années, je ne peux donc vous répondre dans le même sens qu'à l'égard de mon activité durant les dix années suivantes.

D. Je conclus de ce que vous dites que durant les vingt ans qui ont précédé 1941 vous avez eu recours à la fixation des prix de revente ? — R. Exactement.

D. Et à votre connaissance plusieurs autres fabricants et concessionnaires dans le même domaine d'affaires ont fait la même chose ? — R. C'est exact.

D. Votre organisme s'est formé en 1941. En étiez-vous un des principaux organisateurs ? — R. Non.

D. En avez-vous été l'un des premiers membres ? — R. Non.

D. Avez-vous assisté à la première réunion qui a été convoquée ? — R. Non.

D. Quand êtes-vous devenu membre de cet organisme ? — R. Je dirais environ deux ans plus tard.

D. Est-ce l'organisme qui vous a invité à devenir membre ? — R. Oui.

D. Quels sont les principaux avantages qu'on a fait miroiter à vos yeux ? — R. On m'a exposé les principaux objets de l'organisme.

D. Lesquels ? — R. Favoriser une collaboration plus étroite entre le revendeur et le fabricant en vue de servir les coiffeurs et prendre tous les moyens d'atteindre les buts précités.

D. Vous a-t-on mentionné la fixation des prix de revente lorsqu'on vous a demandé de devenir membre de l'association ? — R. Non.

D. Une fois membre de l'association, avez-vous remarqué que l'association, en tant que telle, s'intéressait à la fixation des prix de revente ? — R. Franchement, elle n'y a guère songé jusqu'à une date plutôt récente.

D. C'est toutefois devenu, si je puis dire, un des principaux articles du programme de votre association ? — R. Non, je ne dirais pas cela ; non, pas à titre d'association.

D. Monsieur Swenson, vous avez dit qu'il y a actuellement certains fabricants et revendeurs qui n'appartiennent pas à votre association. Sauf erreur, vous faites partie de la direction de l'association ? — R. En effet.

D. Est-ce que vous même ou quelque membre de votre bureau de direction, de la direction de votre association, en tant que telle, a invité ces personnes à en devenir membres ? — R. Oui, elles y ont été invitées.

D. Avez-vous débattu avec elle la question de la fixation des prix de revente ? — R. Non, il n'est jamais question de prix dans notre organisme.

D. Dans votre mémoire, monsieur Swenson, vous avez beaucoup insisté sur la valeur des marques de commerce ? — R. Oui.

D. Vous avez admis que vous fabriquez plusieurs sortes de marchandises. Les vendez-vous sous la même marque de commerce ? — R. Non, elles portent différents noms ; mon nom est sur toutes les étiquettes.

D. Voici ce que je veux dire : c'est par le nom qu'elles seraient le plus reconnaissables, n'est-ce pas ? — R. Il y a deux facteurs à considérer ; par exemple, s'il s'agit du nom d'un produit comme l'ondulation à froid Starlet, le nom de la société Rilling-Wahl figurerait au bas de l'étiquette, parce que Rilling-Wahl est le nom du fabricant. Nous avons aussi une autre ondulation à froid dite First Lady, mais elle porte aussi le nom de Rilling-Wahl, qui en détermine la provenance. Mais il y a aussi bien d'autres noms. Cela répond-il à votre question ?

D. Partiellement. Vous me déroutez un peu. — R. Ou est-ce que je vous comprends bien ?

D. Oui, vous vendez des shampooings de différentes qualités sous diverses étiquettes ? — R. Oui.

D. Et vous les vendez dans leurs boîtes respectives ? — R. Oui.

D. Et la boîte se reconnaît facilement comme un produit que vous vendez ? — R. Non.

D. Y a-t-il sur la boîte quelque chose qui l'indique ? — R. Oui, il faut le chercher ; le nom du fabricant, voyez-vous, est Rilling-Whal. Est-ce que vous voulez savoir actuellement si, à une distance de trois pieds, on peut facilement le distinguer et découvrir, d'après l'étiquette, si c'est ou non l'un de mes produits ?

D. Voici : un acheteur arrive dans la salle d'étalage du revendeur ou vice versa et mettons que le revendeur vend des shampooings ; l'acheteur peut-il facilement discerner vos produits, — celui de $3 et celui de $5.95 comme des produits de votre fabrique ? — R. Jusqu'à un certain point. Il peut y avoir là vingt shampooings. Il faut, comme de raison, regarder au bas de chaque étiquette pour trouver le nom du fabricant.

D. Ne craignez-vous pas, monsieur Swenson, qu'en vendant un tel produit de $3 au revendeur du produit à $5.95 de diminuer peut-être la valeur de votre propre marque de commerce ? — R. Non, je n'ai pas cette crainte.

D. Et pourtant vous prétendez qu'une réduction de 10c. du prix de l'un de vos produits avilirait, mettons, la valeur de votre marque de fabrique ? — R. S'il s'agissait d'une marque de fabrique dont le prix a été établi. Prenons l'ondulation à froid Starlet qui vaut $9.50 la douzaine et l'ondulation à froid First Lady, qui se vend $13.50. Un rabais de 10c. à l'égard de l'un de ces produits me ferait du tort.

D. Vous en êtes absolument convaincu ? — R. Oui, absolument convaincu.

D. Les barbiers vendent-ils vos produits au détail ? — R. Non.

D. Vous savez que presque tous les barbiers sont des détaillants, en ce sens qu'ils vendent certaines préparations : toniques du cuir chevelu, lotions faciales et ainsi de suite ? — R. On peut dire qu'à titre de fabricants, nous souhaiterions qu'ils fussent détaillants, mais ils vendent si peu de nos produits qu'on peut bien dire qu'ils ne le sont pas.

D. Mais vous savez qu'ils vendent au détail dans presque tous les cas ? — R. Je sais qu'ils ont des produits à vendre et qu'il leur arrive de faire une vente, mais non dans le sens que vous entendez, — ce ne sont pas des détaillants.

D. A titre de fabricant, quelle influence exercez-vous sur le prix qu'exige le barbier à l'égard de ces articles ? — R. S'il vend un de mes produits, comme quelques-uns de mes shampooings, j'insisterais pour qu'il le vende aux prix que j'y ai marqués.

D. Et que feriez-vous s'il s'y refusait ? Si vous découvriez que ce barbier ne l'a pas vendu au prix que vous avez déterminé, que feriez-vous ? — R. Je trouverais d'abord qui le lui a vendu.

D. Le revendeur, quoi ? — R. Oui et je signalerais son erreur au revendeur.

D. Qu'entendez-vous au juste, monsieur Swenson, par "son erreur" ? — R. — C'est peut-être un mot regrettable, — je veux dire sa méprise, son omission.

D. Le dictionnaire dit pourtant que méprise et erreur sont synonymes. Qu'entendez-vous par son omission ? — R. Son abstention de se conformer au prix que j'avais établi.

D. Et alors, monsieur Swenson, quelles mesures prendriez-vous contre lui ? — R. Je ne crois pas qu'il s'agisse jamais de prendre de mesures contre lui.

D. Mais vous avez déjà dit que vous l'avertiriez ? — R. J'avertirais le marchand.

D. De quelle façon l'avertiriez-vous ? — R. J'avertirais le marchand en lui disant : "Voyons, Jos vend ce shampooing à tant et il devrait le vendre à tant" et sans doute le barbier dirait-il tout simplement : "C'est malheureux ; je le regrette."

D. Vous transigez avec le revendeur, monsieur Swenson ? — R. Je ne suis pas en relations directes avec le barbier.

D. Mais vous avez dit que vous l'avez averti, ce qui laisse croire que vous avez des relations directes avec lui ? — R. J'avertirais le revendeur.

D. Mais il ne faut pas oublier que le barbier doit rendre des comptes au revendeur et qu'apparemment le revendeur doit tenir compte des instructions que vous lui donnez. Supposons maintenant que vous l'avertissiez et qu'il vous envoie promener, — c'est une expression assez vague, mais vous savez ce que je veux dire, — quelle sera alors votre réaction ? — R. Cela ne s'est jamais présenté, mais j'ai l'impression que nous ne lui vendrions plus rien.

D. Vous ne lui vendriez plus aucun de ces produits ? — R. Non.

D. Autrement dit, vous le forceriez à abandonner les affaires ? — R. Non, mon cher monsieur, loin de là ma pensée. Il peut aller acheter 25 autres produits et les vendre au prix qu'il désire.

D. Mais en ce qui concerne votre produit, vous le forceriez à abandonner les affaires ; autrement dit, s'il comptait sur vos produits pour vivre, il devrait renoncer au commerce. — R. A supposer qu'il consacrerait tout son temps à vendre mon shampooing.

D. Oui. — R. C'est une affirmation plutôt générale.

D. Il s'agit toutefois là d'une importante question de principe, monsieur Swenson ? — R. Mais cette question de principe me touche, après tout. Cet homme ne nuit-il pas à mon commerce ? J'ai consacré trente années de ma vie à mes affaires et j'ai organisé mon commerce sur une base de fixation des prix. Pourquoi pourrait-il décider en cinq minutes que tout cela est mauvais et qu'il peut tout simplement me ruiner ?

D. Ce n'est pas là où je voulais en venir. Je veux parler des répercussions que doit en fin de compte subir le consommateur par suite de cette pratique de fixer les prix de revente. Ai-je raison de conclure que dans certaines circonstances, comme votre refus de confier vos produits au revendeur, vous en privez par le fait même le consommateur ? — R. Je ne les retirerais pas

des mains du revendeur ; je lui dirais tout simplement de ne plus en vendre à Jos.

D. C'est exactement ce que je veux dire.

M. MacInnis :

D. Monsieur Swenson, si l'on considère la question du point de vue particulier du consommateur, votre réponse à une question laisse entendre, sauf erreur, que vous êtes en faveur de la concurrence ? — R. Oui, je le suis.

D. Quel est l'objet de la fixation des prix de revente ; ne restreint-elle pas la concurrence ? — R. Non, je ne crois pas qu'elle restreigne la concurrence.

D. Vous ne croyez pas qu'elle restreigne la concurrence ? — R. Non, je ne vois pas comment elle puisse restreindre la concurrence. Je crois qu'il en est question quelque part dans le mémoire.

D. Je ne parle pas du mémoire en ce moment. — R. Je le sais, mais on y trouve précisément les réponses que je vous donnerais à ces questions.

D. Non, cela s'appliquerait à toutes les réponses que vous avez données cet après-midi, mais je veux savoir quel est l'objet de la fixation des prix de revente si ce n'est de restreindre la concurrnce ? — R. Mais la réponse est exposée dans plusieurs pages du mémoire.

D. Ne pouvez-vous pas y répondre ? Vous savez ce que contiennent ces pages ? — R. Oui.

D. Pouvez-vous très brièvement répondre à la question, en résumant ? — R. Bien, quand vous dites "restreint-elle la concurrence", cela n'empêche pas les marchandises dont les prix sont établis de faire l'objet d'une concurrence de la part des produits semblables. Si, par exemlpe, ayant établi un prix de $2 le gallon de shampooing, j'élevais ce prix, mettons, à $3 le gallon, dès demain matin il y en aurait cinq qui le vendraient $1.95. Ils ne le feront pas si vous ne le vendez que $2.

D. Vous ne répondez pas à la question. — R. C'est là une question de concurrence et cela demeure de la concurrence, que le prix soit fixé ou non. J'établis un prix de $2, mais si j'essayais d'en imposer un de $3, dès demain je devrais renoncer aux affaires.

D. N'y aurait-il pas plus de concurrence si vous n'aviez pas recours à la fixation des prix ? — R. Je ne vois pas comment la concurrence serait moins forte dans le commerce des produits de beauté, et pourtant c'est mon commerce.

D. Alors la fixation des prix de revente ne vous intéresse qu'en ce qu'elle permet de restreindre la concurrence ? — R. Non, elle m'assure la stabilité ; elle me donne l'assurance de la stabilité. Elle donne à mon revendeur un sentiment de stabilité ; elle donne à tous ce sentiment de stabilité.

D. Pourquoi ? — R. Parce qu'ils savent que demain le même shampooing leur coûtera $2. Ils ne craignent pas d'en prendre un stock. Ils savent que le prix n'en variera pas ; mais que feraient-ils s'ils craignaient que demain le prix en tombe à $1.50 ? Ils passeraient des commandes insignifiantes et il me faudrait faire deux livraisons, envoyer deux factures, faire tout en double, quoi ; mais quand ils savent que le prix s'en maintiendra à $2, ils n'hésitent pas à en commander un stock, à le garder et à le maintenir.

D. Cette réponse n'est pas du tout satisfaisante. J'ai conclu de tout ce que j'ai lu, même de votre citation du juge Brandeis, qu'il est question de concurrence déloyale ; tous les arguments que vous avez exposés dans ce mémoire relatif à la fixation des prix de revente sont fondés sur la concurrence déloyale ; leur objet est de combattre la concurrence déloyale ; n'est-ce pas exact ?

M. CORLETT : Je pourrais peut-être répondre, monsieur MacInnis. Je me suis abstenu de dire quoi que ce soit parce que le comité s'intéresse évidemment davantage au témoignage de M. Swenson, qui connaît l'industrie ; mais, sauf erreur, l'idée de M. Brandeis, exposée dans cet article, c'est que si l'on renonçait, à cette pratique de la fixation des prix, plusieurs de ces revendeurs ou marchands seraient forcés d'abandonner les affaires. Ces organismes de marchands ne sont pas tous aussi solides les uns que les autres. Il y en a de puissants, il y a ceux qui comprennent les chaînes de magasins, il y a des groupes tout à fait privés dont l'activité, sauf erreur, s'exerce exclusivement dans une certaine région ; après avoir lu l'article de M. Brandeis, j'ai eu l'impression que si l'on commence à couper les prix, nous en sommes convaincus en ce qui concerne ce commerce, les moins débrouillards parmi les marchands devront tout simplement abandonner les affaires ; c'est ce qui est arrivé durant les années 30. Nous ne pouvons produire de chiffres, toutefois, peut-être le pourrions-nous en étudiant les dossiers, mais je ne vois pas comment nous pourrions remonter jusqu'avant 1940, alors qu'il se produisait tant de faillites dans cette industrie. De fait, le nombre en est encore élevé aujourd'hui. Il y a quelques semaines à peine j'ai constaté, en parcourant la *Gazette du Canada*, qu'une maison d'Hamilton avait fait faillite. Il est possible que ce soit dû au fonctionnement inefficace de la fixation des prix de revente, je ne sais, mais sans cette pratique, on verrait diminuer le nombre des marchands de produits de cette industrie ; et je crois qu'aujourd'hui le point vulnérable de cette industrie se trouve au niveau des marchands plutôt qu'à celui des fabricants.

M. MACINNIS : Vous prétendez toujours que la fixation des prix de revente restreint la concurrence entre marchands ?

M. CORLETT : La restreint ?

M. MACINNIS : L'atténue ?

M. CORLETT : Non. Plus il y aurait de marchands, plus il y aurait de concurrence au salon de beauté et au salon de barbier.

M. THATCHER : Mais vous admettez toutefois que la fixation des prix de revente diminue la concurrence entre les divers marchands qui vendent les mêmes produits ?

M. CORLETT : Si l'on tient compte de la production d'un fabricant en particulier.

M. THATCHER : Alors cette pratique restreindra la concurrence en ce domaine ?

M. CORLETT : Grandement, mais je ne crois pas qu'il y ait un seul shampooing au monde qu'on ne puisse substituer à un autre, sauf le respect que je dois à mes employeurs. On ne saurait prétendre que les marchands, ou parfois, les propriétaires de salons de beauté, qui se voient imposer des restrictions quant au prix, ne peuvent, s'ils ne s'y soumettent pas et même s'ils ne sont plus alimentés par ce fabricant, obtenir un autre shampooing à peu près au même prix de cinq ou dix autres fabricants, dans l'espace de vingt-quatre heures.

L'HON. M. GARSON : Dont le prix est quand même fixé.

M. MacInnis :

D. Monsieur Swenson, vous avez dit, en répondant à une autre question, que vous n'étiez pas sûr si, dans le même commerce que le vôtre, les gens refuseraient de fournir des marchandises à un marchand qui coupe les prix. Est-ce exact ? — R. J'ai dit qu'il pourrait y en avoir d'autres qui suivraient cette ligne de conduite. Vous revenez à la déclaration que j'ai faite suivant

laquelle je pourrais refuser mes produits à un marchand qui ne se conformerait pas aux prix établis et où j'ai dit qu'il pourrait y en avoir d'autres qui suivraient mon exemple, mais qu'il y en a plusieurs, beaucoup plus, qui n'en tiendraient pas compte.

D. Ce n'est qu'une opinion. Vous avez bien dit que vous refuseriez de lui fournir vos produits. — R. Il s'agit d'opinions dans les deux cas. Si j'ai le droit d'avoir une de ses opinions, il m'est aussi permis d'avoir l'autre.

D. Vous avez dit que vous priveriez de vos marchandises un marchand qui vendrait vos produits à un prix inférieur à celui qui a été convenu. Alors, d'autres fabricants pourraient vous imiter et lui refuser également les siens. Cela ne restreindrait-il pas la concurrence ? — R. Il en serait ainsi à condition qu'il n'y ait pas tant d'intéressés, mais il y en a tellement ; si seulement deux fabricants sur trois lui refusaient leurs produits, il ne lui en resterait qu'un seul avec qui faire affaires : de là naîtrait une situation difficile, mais il peut encore s'adresser à dix ou vingt sources d'approvisionnement. Il ne se trouve donc certainement pas poussé au pied du mur.

D. Permettez-moi de citer un passage de la page 4 de votre mémoire. L'article que je cite a été publié dans le *Harper's Weekly* du 15 novembre 1913, sous la signature de Louis O. Brandeis. En voici le texte :

> Quand on annonce un article portant une marque de fabrique, à un prix inférieur au prix régulier, on le fait généralement en vue d'attirer des clients au magasin qui offre cette occasion vraiment exceptionnelle. C'est un appât, que les marchands appellent un "leader", mais il serait plus juste de désigner l'article dont le prix est réduit par le vocable de "mis-leader", car généralement le véritable objet de la réduction du prix, c'est de créer une fausse impression... Les conséquences néfastes du rabais des prix ont une très vaste portée.

Or, l'objet de la fixation des prix de revente est de prévenir les rabais, n'est-ce pas ? — R. En effet.

D. Et, par le fait même, de supprimer la concurrence. M. Beaudry, je crois, a dit, et vous l'avez reconnu, qu'un client, un barbier ou un spécialiste en produits de beauté, pourrait composer ses propres préparations. — R. Oui, il le pourrait.

D. Où obtiendrait-il les matières premières à cette fin ? Ne serait-il pas tenu de les acheter de vous ? — R. Non, il les obtiendrait aux mêmes sources d'approvisionnement où j'obtiens les miennes.

D. Mais il lui faudrait les acheter de quelque fabricant. — R. Vous voulez dire quelque fabricant faisant partie de notre groupement.

D. Dans votre genre de commerce. — R. Non, il peut s'adresser à des industriels qui ne font pas partie de notre groupement. Voilà !

M. Harkness :

D. Dans le cas d'un homme qui se fait tailler les cheveux ou d'une femme qui se fait coiffer, vous avez dit que le coût des produits de beauté correspond à seulement environ 10 p. 100 des revenus bruts du coiffeur. Dans ces circonstances, reconnaissez-vous qu'une hausse ou une baisse dans le prix des produits de beauté qu'achètent ces coiffeurs ne sont pas de nature à faire varier le prix d'une coupe de cheveux ? — R. Presque pas.

D. Autrement dit, en ce qui concerne votre industrie, que la fixation des prix de revente produise une augmentation ou une diminution des prix, le consommateur, en définitive, ne s'en ressent à peu près pas. — R. Exactement.

D. Ce que je veux démontrer, monsieur le président, c'est que dans cette industrie, le consommateur, en définitive, n'est pas touché, qu'il y ait ou non fixation des prix de revente.

Maintenant, au troisième alinéa de la deuxième page, vous parlez de la confusion qui a régné dans l'industrie. Puis vous dites ce qui suit : "L'industrie des produits de beauté a adopté la politique de la fixation des prix de revente pour essayer de mettre un terme à cette confusion." Je ne comprends pas encore clairement à quel moment on a adopté cette politique des prix de revente. J'ai l'impression qu'elle s'est généralisée en 1941. Ai-je raison de le croire ? — R. C'est une de ces pratiques qui s'est simplement généralisée progressivement. Le groupement n'a pas déclaré : "Voici, nous insistons à titre de membres", et nous n'avons jamais dit à un candidat : "Maintenant, l'une des raisons pour lesquelles nous vous admettons parmi nous, c'est que vous avez recours à la fixation des prix". Ce n'est jamais arrivé. L'éducation s'est faite graduellement et a démontré aux fabricants, aux distributeurs et à tous ceux qui font partie de cette industrie dans quelle mesure la fixation des prix améliore toute la situation.

D. Je vous ai ensuite demandé : Par quel procédé cela s'est-il produit ? — R. Nous avons fait leur éducation.

D. Qui s'en est chargé ? — R. Nous y avons vu à nos réunions générales, encouragés probablement par la direction.

D. Autrement dit, le groupement, dites-vous, a décidé de suivre cette politique et elle a ensuite fait des adeptes parmi les membres. — R. Exactement.

D. N'est-ce pas là, dans une certaine mesure, une entente entre fabricants et marchands, en vue de fixer les prix de revente ? — R. Je ne le crois pas.

D. Pourtant, dans votre témoignage plus ou moins relatif à cette question, vous avez dit à un certain moment que

> "trop de revendeurs ne savaient pas comment procéder et semaient la confusion dans toute l'industrie."

Votre organisme a évidemment pris naissance pour empêcher, dans une certaine mesure, ces gens qui semaient la confusion dans l'industrie de continuer à faire des affaires. Est-ce bien cela ? — R. Non pas pour les empêcher, mais pour leur apprendre comment procéder.

D. Votre association avait donc pour objet de leur apprendre comment procéder ; mais n'a-t-elle pas eu pour effet de les empêcher de faire affaires ? — R. C'est difficile à savoir.

M. CORLETT : Monsieur le président, m'est-il permis d'élucider la question ?

LE PRÉSIDENT : Certainement.

M. HARKNESS : C'est justement ce que je cherche, la lumière.

M. CORLETT : Sauf erreur, divers groupes vous ont fait des représentations. Cependant, n'oublions pas qu'on trouve dans cette industrie, surtout à l'échelon des revendeurs, certaines maisons (il ne s'agit pas de sociétés constituées en corporation) appartenant à un seul propriétaire ; or l'association a constaté, — ceci s'applique également à des entreprises appartenant à d'autres branches de l'industrie, non apparentées avec celle en cause, — que ces gens, qui ne tenaient pas leurs comptes d'une façon appropriée, ne savaient pas au juste s'ils réalisaient des bénéfices ou non. Il en était surtout ainsi jusqu'en 1941. Actuellement, cependant, les lois d'imposition ont amené des changements, étant donné l'existence d'un article de la loi de l'impôt sur le revenu qui exige d'un chef d'entreprise qu'il ouvre et tienne des livres de comptes de façon à satisfaire les autorités du fisc. Il se peut que dans certains cas on n'exige

pas la tenue de livres ; il s'agirait surtout non pas de sociétés par actions que forment souvent les distributeurs, mais de revendeurs peu importants qui ne tenant pas de livres, ignoreraient s'ils réalisent ou non des bénéfices. Par conséquent, quand ils se mettent à vendre à certains prix, ils se rapprochent autant de la faillite. C'est là le véritable problème qui se pose peut-être encore.

M. Harkness :

D. Avez-vous des données quelconques concernant le nombre des commerçants qui ont fermé leurs portes après la formation du groupement ? — R. Cela fait partie des renseignements que M. Corlett devait se procurer.

M. CORLETT : Il nous faudrait obtenir le nombre des adhérents pour chaque année depuis 1940. On a porté à ma connaissance un autre cas impliquant cinq distributeurs qui se sont retirés des affaires au cours des vingt derniers mois. Il y a donc dans cette industrie renouvellement assez considérable parmi les commerçants. Nous nous efforcerons volontiers de nous procurer ces renseignements.

M. Harkness :

D. Nous ne discutons pas ici la fixation des prix au détail, mais la fixation des prix de gros. — R. A mon avis, il en est ainsi dans 90 p. 100 des cas.

D. Le groupe de marchandises auquel s'appliquerait le prix de revente obligatoire comprendrait-il ces petits articles que le distributeur vend à ces fournisseurs. — R. C'est bien cela.

D. Vous avez donc adopté la fixation du prix de revente à l'échelon du commerce de gros plutôt qu'au détail ? — R. En effet.

D. Votre réponse à M. Thatcher me laisse dans le doute au sujet du principe régissant les relèvements de prix dont vous parlez au début de la page trois de votre mémoire et qui varieraient entre 20 et 50 p. 100 en ce qui concerne les fabricants, et entre 33 1/3 et 40 p. 100 pour les distributeurs. Il vous a demandé si ce relèvement prenait pour point de départ le prix de revient à la fabrique ou votre prix de vente à ce moment-là ? — R. Il s'agit dans le premier cas du prix de revient à la fabrique, et, dans le second, du prix de revient du commerçant.

M. Carter :

D. Monsieur Swenson, combien de fois votre association se réunit-elle au cours de l'année ? — R. Environ une fois par mois, — dix fois l'an environ.

D. S'agit-il de l'association tout entière ou simplement de l'exécutif ? — R. Il s'agit de l'association dans son ensemble. L'exécutif se réunit le même jour.

D. Le même jour ? — R. Oui.

D. Vous discutez des questions de principe dans ces réunions ? — R. En effet.

D. Est-ce que vous débattez entre vous comment traiter les distributeurs ou vendeurs qui vendent à rabais ? — Non, nous n'en parlons pas. Cet aspect est laissé à la discrétion de chaque fabricant.

D. Il ne forme pas un sujet de discussion ? — R. Non.

D. Existe-t-il une entente entre vos membres afin de boycotter les marchands qui rabaissent les prix ? — R. Non, aucune entente.

D. A propos de prix ; en compilant votre prix de revient, y ajoutez-vous les impôts, les considérez-vous comme des frais ? — R. Evidemment. Dans l'exemple que j'ai cité, c'est-à-dire lorsque je vends $2 un shampooing qui m'en coûte $1, le prix comprend 52c. de taxes.

D. Considérez-vous, en tant que fabricant, d'autres facteurs de ce genre comme des frais ? — R. A titre de fabricant, je les compile en tenant compte de tout le matériel et de la main-d'oeuvre ; mon bénéfice doit couvrir tous mes faux frais, mes frais de fabrication, de vente et de bureau ; j'ai 48c. pour couvrir tout cela. C'est bien ce que vous vouliez savoir ?

D. Combien d'employés avez-vous ? — R. Dans mon entreprise ?

D. Oui. — R. Entre 25 et 30.

D. C'est votre société qui paie l'assurance-chômage ? — R. Parfaitement.

D. Vous en tenez compte dans la compilation des frais ? — R. Ce montant fait partie du coût de la main-d'oeuvre.

D. C'est un élément du coût de la main-d'oeuvre ? — R. Oui.

D. Je ne comprends pas très bien ce que vous dites au sujet de la différence qui existe entre un fabricant qui a ses propres débouchés et celui qui emploie un intermédiaire — qui atteint le marché par le truchement d'un distributeur ? Sauf erreur, vous disiez que le fabricant qui possède ses propres débouchés ne jouit d'aucun avantage comparativement à celui qui n'en a pas ? Je vous ai bien compris ? — R. C'est exact, en principe.

D. Si vous vendez votre produit au distributeur, vous augmentez le prix et vous réalisez un profit sur cette vente ? — R. C'est exact.

D. Quand le distributeur revend l'article au marchand, il ajoute encore au prix, n'est-ce pas ? Le fabricant qui possède ses propres débouchés devrait donc réaliser deux bénéfices, celui du fabricant et celui de l'intermédiaire ? — R. A prime abord, on pourrait le croire, mais, en pratique, le fabricant qui vend l'article à un salon de beauté, par exemple, ne peut le faire directement. Il devra créer un service de distribution dans le cadre de son entreprise. Le coût est identique ; il est peut-être même plus élevé que lorsque vous avez un intermédiaire qui connaît son métier. Le fabricant en question doit supporter les frais de distribution. Il doit avoir ses propres vendeurs, un directeur des ventes, un endroit où dérouler ses affaires, et même si ce travail s'effectue au sein de son entreprise, il doit calculer le même relèvement de prix pour compenser ces frais supplémentaires. Il n'est guère possible à l'exploitant d'un salon de beauté de se rendre à la salle d'expédition d'une fabrique afin de constituer son stock. Il faut que la vente ait lieu à l'extérieur.

D. L'intermédiaire réalise toutefois des bénéfices ? — R. C'est exact.

D. Le fabricant ne ferait-il pas là un profit qui viendrait s'ajouter au sien ? — R. Peut-être, c'est à voir.

D. A-t-il la possibilité d'en réaliser ? — R. Oui, à condition que les salaires qu'il paie n'atteignent pas le montant que l'intermédiaire enlève à son entreprise. Voyez-vous, il n'y a aucun moyen de supprimer le dsitributeur ; cette phase intermédiaire est nécessaire et il faut toujours y préposer quelqu'un, en plus de votre service de comptabilité, de vos commis-voyageurs ou des personnes qui exécutent ce travail. Tout se passe de la même façon.

D. Quand vous permettez à un distributeur de relever le prix, cette augmentation ne suffit-elle pas à couvrir les frais généraux auxquels vous faites allusion et à lui donner en plus une marge de profit ? — R. C'est exact, mais le fabricant ne peut supprimer cette phase en vendant directement, parce qu'il doit alors créer la même organisation au sein de son entreprise.

D. Si le distributeur peut écouler des marchandises avec profit, pourquoi le fabricant qui assume le rôle d'intermédiaire ne pourrait-il pas réaliser un bénéfice lui aussi ? — R. Et bien, supposons — et c'est souvent ce qui se produit, — que le salaire du distributeur constitue son bénéfice. Or si le fabri-

cant doit engager quelqu'un à cette fin où ira le bénéfice ? Ce serait tout autre chose si l'on pouvait obtenir gratuitement les services du distributeur. On pourrait alors réaliser une économie ; mais lorsqu'il faut engager soi-même quelqu'un pour accomplir les fonctions de l'intermédiaire, on n'en tire aucun avantage, car ce dernier travaille généralement plus fort que l'employé du fabricant.

D. L'intermédiaire exécute-t-il son travail d'une façon plus économique que ne peut le faire le fabricant ? — R. C'est souvent le cas, mais, à mon avis, il travaillera plus fort pour son propre compte que l'employé d'un fabricant, c'est évident.

D. Les intermédiaires ne distribuent-ils généralement qu'un seul article ou plusieurs produits de sources différentes ? — R. Ils vendent généralement divers produits.

D. Dans votre réponse à M. Fleming, vous avez dit, je crois, que votre société vend peu au détail ? — R. Parfaitement.

D. Tandis qu'au bas de la page 2 vous faites mention de l' "article sacrifié" comme à l'un des facteurs qui joueraient au préjudice de votre commerce si la mesure concernant la fixation des prix de revente était adoptée ? — R. En effet.

D. Comment "l'article sacrifié" peut-il toucher votre entreprise, qui n'a qu'un infime débit au détail ? — R. Nous avions à l'esprit l'effet de l' "article sacrifié" à l'échelon du distributeur et non pas à celui du consommateur.

L'honorable M. Garson :

D. Vous désirez attirer celui-là dans votre fabrique, n'est-ce pas ? — R. Je l'appelerai "l'intermédiaire". Il vendra mon produit au coiffeur au prix imposé de $10. Le coiffeur, à son tour, mettons qu'il désire savoir . . .

D. Le but de l' "article sacrifié" comme je l'ai toujours entendu, c'est d'attirer le public dans votre magasin par la vente au rabais d'un article afin de pouvoir en écouler d'autres. Le même principe vaut-il entre l'intermédiaire et le coiffeur ? — R. Oui, parfaitement.

D. Pensez-vous pouvoir attirer tous les coiffeurs dans l'établissement du distributeur ? — R. Sauf que les coiffeurs ne se rendent pas au magasin, mais ce sont les représentants de l'intermédiaire qui lui vendent et qui y trouvent leur intérêt.

D. Mais l'idée première est d'amener le détaillant dans l'établissement où il verra d'autres articles; tandis que le représentant n'a qu'une liste de produits. Je ne crois pas que le seul fait de rabaisser le prix d'une ou deux marchandises le pousse à en acheter un plus grand nombre d'autres au prix régulier.

M. BEAUDRY : Vous souhaitez peut-être attirer chez vous un distributeur ?

LE TÉMOIN : Je puis vous assurer, monsieur Garson, qu'il en est de même là que dans le commerce de détail.

LE PRÉSIDENT : Est-ce tout, monsieur Carter ?

M. CARTER : Je voudrais poser encore une question à M. Swenson : pourrait-il nous dire, en sa qualité de fabricant, si l'adoption de la mesure en cause lui porterait préjudice ?

M. Sinclair (président conjoint) :

D. Monsieur Swenson, comme je suis ministre-adjoint des Finances, votre taxe de 52 p. 100 au dollar m'intéresse. En toute équité il me semble que ces 52c. se rapportent au coût, auquel il faut ajouter 10 p. 100 de relèvement du prix et 25 p. 100 de taxe d'accise sur les $1.48 ce qui vous donne 52c. et non

pas 52c. sur chaque dollar. — R. Ai-je dit cela ? J'ai indiqué que le prix de vente de $2 comprenait 52c. de taxes. Est-ce exact ?

D. C'est exact en ce que la taxe se fonde sur votre prix de vente. — R. Mon prix de vente de $2 ?

D. Sur votre prix de vente de $1.48 vous avez une taxe de vente de 10 p. 100 et une taxe d'accise de 25 p. 100, ce qui donne $2, et 52c. d'impôts.

LE PRÉSIDENT : M. Stuart désire poser une question.

M. Stuart.

D. J'ai noté que d'après le détail du prix de revient que vous nous avez donné, le shampooing qui se vend $3 vous revient à $1. Pourriez-vous nous donner une idée du prix de revient du shampooing qui se vent $5 ? — R. La proportion serait à peu près la même.

D. Vous avez mentionné dans l'une de vos déclarations que votre bénéfice se monterait à 15 p. 100 environ, n'est-ce pas ? — R. A 15 p. 100 ?

D. Quinze pour cent, c'est bien le chiffre qu'on a mentionné ? — R. Tout ce qu'on a dit à propos du 15 p. 100 c'est qu'il représente approximativement la hausse des prix qui s'est produite dans cette industrie depuis une dizaine d'années.

D. Une autre question seulement. Vous avez dit, sauf erreur, que vous ne vous opposeriez nullement aux restrictions douanières qui frappent les articles de ce genre, en provenance des États-Unis. En va-t-il de même des tondeuses qui vous nous dites fabriquer et des accessoires de chaise de barbier ? — R. Non, mes observations n'avaient trait qu'aux approvisionnements.

D. Je le pensais. — R. Je m'en tiens aux approvisionnements.

LE PRÉSIDENT : Il passe six heures, messieurs. Nous avons eu un après-midi aussi fructueux qu'intéressant. Avez-vous fini d'interroger ces messieurs ou désirez-vous qu'ils reviennent.

M. BEAUDRY : Monsieur le président, j'aimerais poser une question, qui me semble pertinente.

M. Beaudry :

D. Pour faire suite à l'exemple que vous nous avez donné de la marge de bénéfice ordinaire qu'on alloue à l'égard du shampooing, vous avez à plusieurs reprises mentionné un relèvement de 50 p. 100 en faveur du distributeur. De prime abord, ce relèvement semble excessif au seul échelon de la distribution. Si je relis les chiffres que vous nous avez déjà fournis, au début de votre interrogatoire, en répondant à M. Phelan, sauf erreur, je vois que vous avez parlé d'un montant d'environ 8 millions de dollars par an. Faut-il comprendre que les membres de votre association vendent pour environ 8 millions de marchandises par an ? — R. Mais, vous le comprenez, je ne suis pas en mesure de vous fournir ces chiffres puisque le Bureau de la statistique nous englobe avec les fabricants d'articles de toilette. Ce chiffre, je l'aurais donné en réponse à une question particulière. Libre à vous d'utiliser la réponse, mais il se peut qu'elle n'entre nullement en ligne de compte.

D. Mettons qu'il s'agisse d'une approximation. Vous avez également dit qu'il y avait 61 fabricants, ce qui représente pour chacun une moyenne de $130,000 par an. Il y a aussi, avez-vous dit, 69 intermédiaires ; leur moyenne s'établit donc à $110,000 des ventes par an. Ce qui m'amène à la question que voici. Au sujet de l'état de choses désordonné que vous avez attribuée surtout à l'impuissance des distributeurs à établir leurs propres frais de vente, cette impéritie ne porte-t-elle pas atteinte à leur crédit ? — R. Oui.

D. Je suppose également, — j'aimerais que vous répondiez à ma demande par un oui ou un non, — qu'en règle générale, l'entreprise dont le chiffre d'affaires s'élève à $130,000 par an ne peut guère se permettre de retenir les services d'un directeur du crédit ? — R. Vous avez raison.

D. Etant donné la moyenne de ventes de $110,000 par an pour chacun des 69 intermédiaires, voudriez-vous dire au comité, — si l'on répartit ce montant entre les 13,000 clients dont vous avez mentionné l'existence, — 7,000 barbiers et 6,000 spécialistes en produits de beauté.

M. PHELAN : 9,000.

M. Beaudry :

D. Soit un total de 16,000, que fournissent 69 personnes, ce qui fait environ 170 clients par intermédiaire. Auriez-vous l'obligeance de nous dire, — je pense que la question se rattache étroitement à la relation qui existe entre la marge de bénéfice et les bénéfices que touche effectivement l'intermédiaire, — auriez-vous l'obligeance de nous indiquer, si c'est possible, l'importance des stocks que tient, mettons, le spécialiste en produits de beauté moyen. — R. S'agit-il d'un coiffeur ?

D. Oui, d'un coiffeur, et de la valeur de son stock, en dollars ? — R. J'imagine qu'il ne vaudrait que quelques centaines de dollars.

D. $300, à votre avis ? — R. Mettons de $300 à $500.

D. Le coût de ces approvisionnements mis en vente n'indique-t-il pas que l'intermédiaire ou ses agents font de fréquentes visites chez leur client ? — R. En effet.

D. Et que chacune de ces visites ne vise qu'une infime proportion du montant global de $110,000 de ses ventes pour l'année ? — R. C'est bien cela.

D. Et que chacune de ces visites au consommateur coûte donc cher, et même très cher ? — R. En effet, elle coûte cher.

M. BEAUDRY : Merci.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Murray ?

M. Murray :

D. Mettons qu'on interdise la fixation du prix minimum de revente et qu'on réduise le prix des préparations Toni et d'autres articles que vous vendez au point d'en rendre la vente improductive, l'exploitant aurait-il tendance à majorer le prix des autres genres de services qu'il offre au public ? — R. Auriez-vous l'obligeance de poser votre question à nouveau ? — Vous supposez qu'on réduise de moitié le prix des préparations Toni ?

D. Oui. La coiffeuse serait-elle portée à relever le prix des autres services qu'elle offre afin de compenser la perte qu'elle subit d'autre part ? — R. Ses intérêts ne sont pas liés à ceux de la Toni. Au fait, les produits Toni concurrencent la coiffeuse. L'entreprise Toni a précisément pour objet d'épargner à la cliente une visite à la coiffeuse qui lui demandera $5 ou $6 pour la coiffer. Elle n'a qu'à s'adresser à la pharmacie qui lui vendra $2 les produits nécessaires à une permanente Toni.

D. Le commerçant peut avoir un stock en main allant jusqu'à $500. S'il doit essuyer une perte à l'égard de ce produit, ne serait-il pas tenté, pour la compenser, de majorer son tarif à l'égard des autres services qu'il offre ? — R. Tout se résume, en somme, à ceci : le propriétaire du salon de beauté et la coiffeuse doivent gagner un minimum vital.

M. MURRAY : Je pense qu'on aurait tendance à augmenter le prix des autres genres de services.

LE PRÉSIDENT : J'estime, messieurs, que nous avons eu cet après-midi une séance très instructive. A l'ordre du jour de demain figurent, sauf erreur, la Canadian Pharmaceutical Association et l'Ontario Retail Druggists Association. Le Comité s'ajourne maintenant jusqu'à demain matin, à 10 heures et demie.

(Le Comité s'ajourne).

APPENDICE A

MÉMOIRE PRÉSENTÉ PAR L' "ALLIED BEAUTY EQUIPMENT MANUFACTURERS' & JOBBERS' ASSOCIATION AU COMITÉ MIXTE DES DEUX CHAMBRES DU PARLEMENT INSTITUÉ EN VUE D'ÉTUDIER LE RAPPORT INTÉRIMAIRE DE LA COMMISSION CHARGÉE D'EXAMINER LA LOI RELATIVE AUX COALITIONS, DÉPOSÉ SUR LE BUREAU DE LA CHAMBRE DES COMMUNES LE VENDREDI 12 OCTOBRE 1951, ET EN VUE D'ÉTUDIER LES MODIFICATIONS APPROPRIÉES A LA LOI D'ENQUÊTE SUR LES COALITIONS, QUI DECOULENT DE CE RAPPORT.

I *Avant-propos*

L' "Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association" désire remercier le Comité de lui avoir fourni l'occasion d'exposer ses opinions au sujet de la fixation du prix de revente.

Le groupement est l'association commerciale officielle des fabricants et distributeurs canadiens de produits de beauté qui sont vendus à près de 7,000 coiffeurs et salons de beauté et près de 9,000 boutiques de barbier d'une extrémité à l'autre du pays. L'Association compte actuellement parmi ses membres un peu plus de 100 entreprises.

Dans l'industrie des fournitures de salons de beauté et de boutiques de barbier, on parle d'ordinaire de produits professionnels, puisque ces produits servent aux spécialistes en soins de beauté et aux barbiers dans l'exécution des services offerts à leurs clients. Règle générale, ces fabricants et revendeurs ne vendent pas leurs produits de beauté et fournitures de barbier en vue d'une vente éventuelle au public au comptoir. En d'autres termes, ces produits professionnels qu'achètent les spécialistes en soins de beauté et les barbiers représentent une partie nécessaire de leurs frais d'exploitation.

II *Données relatives à l'industrie des produits de beauté*

1. Depuis 1939, on n'a pas cherché à augmenter le prix que la coiffeuse doit payer les produits de beauté, sauf pour ce qui est de la majoration des taxes d'accise et de vente. Quelle autre industrie canadienne peut en dire autant ? Sous réserve de la majoration relative à ces taxes fédérales, les coiffeuses ne payent pas leurs marchandises plus cher aujourd'hui qu'avant la seconde guerre mondiale. Cet état de choses étrange, il faut l'attribuer à la concurrence acharnée qui existe dans l'industrie des produits de beauté, tant à l'échelon de la fabrication qu'à celui de la distribution. Vu le relèvement de l'impôt fédéral, la coiffeuse devra sans doute verser pour l'achat de certains articles un montant allant jusqu'à 30 p. 100 de plus que celui qu'elle payait en 1939. D'autre part, certains produits lui coûtent moins cher aujourd'hui qu'en 1939. Dans l'ensemble, l'Association estime que la hausse du prix des produits de beauté vendus aux coiffeuses s'établit environ à 15 p. 100, augmentation qui correspond exactement à la majoration des taxes fédérales d'accises et de vente.

2. La coiffeuse ne consacre qu'environ le dixième de ses recettes brutes à l'achat des produits de beauté qu'elle se procure de l'industrie des produits de beauté.

3. Si les fabricants de produits de beauté tiennent à conserver la pratique de la fixation du prix de revente quant à la vente des marchandises estampillées ou des produits de marque, ce n'est pas afin de majorer les prix, mais tout simplement pour sauvegarder un état de choses qui favorise un régime de vente ordonné. Par le passé, l'industrie a beaucoup souffert de l'habitude très répandue des ventes à rabais, qui a causé nombre de faillites et mis plusieurs revendeurs sur le pavé. C'est afin de mettre fin à ce désordre que l'industrie des produits de beauté à adopté la pratique de la fixation du prix de revente. Fait intéressant à noter, depuis 1945, à cause des frais d'exploitation plus élevés, nombre de commerçants ont parfois exhorté leurs fabricants à relever leurs prix. Le fabricant s'y est toujours refusé, car il se rend compte de la concurrence qui existe dans l'industrie à l'échelon de la fabrication. En conséquence, fabricants ou revendeurs, ou tous deux, ont dû comprimer leur propre marge de profit depuis 1945, afin de maintenir au même niveau les prix exigés de la coiffeuse. Le fabricant se rend compte que dès qu'il perdrait la haute main sur les prix de revente, l'expérience le lui a appris, les revendeurs utiliseraient nombre de ces articles de marque comme "articles sacrifiés".

4. Dans l'industrie des produits de beauté, le fabricant s'alloue une marge de profit allant de 20 à 50 p. 100, tandis que celle du revendeur varie de 33 1/3 à 40 p. 100. Ces bénéfices, qu'ont toujours touchés les exploitants de l'industrie, ne nous semblent pas excessifs, surtout si l'on tient compte des marges de bénéfice à l'égard d'autres industries qu'a révélées la Commission d'enquête sur les prix, en 1949.

5. Au Canada, on compte aujourd'hui environ 65 fabricants, dont les produits de beauté sont distribués aux coiffeurs par quelque 75 organismes de vente. A noter, à ce propos, l'importance moyenne des entreprises de fabrication et des établissements de vente dans cette industrie.

6. La plupart des vendeurs ne sont pas à l'abri de difficultés financières, voilà le grand problème qui se pose aujourd'hui dans l'industrie. Cependant, vu la concurrence acharnée que manifeste l'industrie, les fabricants ont jusqu'ici résisté à toute tentative de majorer les prix.

III. *Raison pour lesquelles l'Association préconise la fixation du prix de revente.*

1. *La fixation du prix de revente favorise la concurrence.*

(a) Lorsqu'il s'agit d'une industrie comme celle des produits de beauté, la pratique de la fixation du prix de revente ne supprime pas la concurrence. En effet, on constate, entre fabricants comme entre revendeurs, une vive concurrence. Aussi les articles à prix imposé doivent-ils toujours soutenir la concurrence des produits semblables de la même industrie.

(b) La fixation du prix de revente tend, dans cette industrie, à prévenir la concentration du pouvoir économique. L'Association estime que cette pratique aide nettement les petits détaillants à rester dans les affaires. Dût-on abolir la fixation du prix de revente, nous sommes persuadés que plusieurs genres de produits de beauté deviendraient "articles sacrifiés", ce qui ruinerait nombre d'organismes de vente. La concurrence effrenée en matière de prix favorise-t-elle la concurrence en général ? Voilà un problème maintes fois débattu, surtout aux États-Unis. L'avis le plus juste au sujet de l'effet que la réduction excessive des prix exercé sur le consommateur nous semble avoir été exposé dans un article intitulé : *La concurrence acharnée en matière de prix tue la concurrence.* L'article, paru dans la livraison du 15 novembre 1913 de l'hebdomadaire *Harpers,* était dû à la plume de

Louis D. Brandeis devenu, peu après, juge de la Cour suprême des États-Unis. En voici un passage pertinent :

Lorsqu'on annonce la vente d'un article estampillé à un prix moins élevé que d'ordinaire, c'est d'habitude pour attirer la clientèle à l'établissement particulier par l'offre d'une aubaine extraordinaire. C'est l'appât que les vendeurs appellent l'article-réclame, mais il conviendrait plutôt de désigner l'article coté à un prix de concurrence comme un article trompeur, car il a d'ordinaire pour objet de créer une fausse impression... Le mauvais effet de la concurrence en matière de prix se répercute très loin. On a parfois soutenu que la concurrence en matière de prix à l'égard d'un article estampillé ne nuit à personne : le producteur n'y perd rien, puisqu'il touche le plein prix de la première vente à l'intermédiaire ou détaillant ; le détaillant n'en souffre guère puisqu'il a réduit le prix de son plein•gré afin d'avancer ses propres intérêts ; tandis que le consommateur en bénéficie sûrement puisqu'il se procure l'article à meilleur compte. Un tel raisonnement est des plus superficiels et trompeurs. Cette tendance accélérerait encore davantage la suppression du petit détaillant indépendant, déjà aux aboies du fait des conventions entre capitalistes. La substitution au petit commerçant indépendant de la société puissante, avec sa myriade d'employés, son propriétaire absent et son emprise financière, menace déjà gravement notre démocratie. Du point de vue social, on perd beaucoup ; du point de vue économique on ne gagne rien. Mais le processus de transformer en capitalistes des Américains libres n'a rien d'inévitable. Il ne cadre même pas avec la loi naturelle des affaires. Allons-nous, sous prétexte de protéger la concurrence, encourager davantage le monopole en accordant l'immunité aux vendeurs à rabais ? Que les Américains ne se leurrent pas sur l'importance ou la portée de la concurrence en matière de prix. Elle s'est révélée l'arme la plus puissante au monopole. Un moyen de supprimer le petit rival auquel les grandes entreprises ont recouru très souvent. Moyen à la fois simple et efficace, grâce auquel le capitaliste prévoyant et bien organisé s'est assuré la collaboration du consommateur imprévoyant et mal organisé. C'est ce dernier qui y a perdu. Par irréflexion pour par faiblesse, il succombe à la tentation d'un bénéfice insignifiant mais immédiat ; alors, vendant son droit d'aînesse pour un plat de lentilles, il se met lui-même au service du monopole."

Il importe de rappeler que parmi les juges américains le juge Brandeis connaissait le mieux le fonctionnement de l'économie américaine. Il y a donc lieu d'accorder le plus grand respect à ses opinions. La lecture de ses jugements et de ses oeuvres démontre, en outre, de façon définitive, qu'il n'aimait guère la grande entreprise. Cette attitude ressort nettement de son livre bien connu, intitulé : *The Curse of Bigness.*

2. La fixation du prix de revente favorise la stabilité économique.

(*a*) Parce qu'il impose des prix minimums et maximums à l'égard des articles de marque, le régime de la fixation des prix de revente stabilise les prix à l'avantage du fabricant, du détaillant et du consommateur. C'est effectivement ce qui s'est produit dans l'industrie des produits de beauté, si l'on songe à l'état de choses désordonné qui y régnait avant que certains fabricants eussent établi le régime de la fixation du prix de revente.

(*b*) La fixation du prix de revente fournit au fabricant une sauvegarde nécessaire quant à la vente des articles de marque ou des articles estampillés. Elle rallie la confiance du public en ce produit. Dès que les prix d'articles de marque s'écartent des prix habituels, le consommateur s'imagine tout naturellement que la qualité du produit s'est détériorée. Il en va de même surtout à l'égard des articles de marque sacrifiés. La Commission royale d'enquête sur l'écart des prix, 1935, s'est arrêtée à ce problème avec un soin particulier lors de son examen de l'écart des prix et de l'habitude d'acheter en grosses quantités au Canada. Comme en fait foi la page 248 de son rapport, la Commission reconnaît cette façon de raisonner chez le consommateur, lorsqu'elle affirme ce qui suit :

"De même, un fabricant qui a créé une forte demande pour ses produits, est lésé lorsque ceux-ci sont vendus à des prix réduits. La marge de profit étant perdue sur ces marchandises, les concurrents du marchand qui a réduit les prix se désintéressent de ces marchandises et mettent de l'avant d'autres plus rémunératrices. D'un autre côté, les consommateurs qui font un rapprochement entre le prix et la qualité peuvent soupçonner que la qualité de la marchandise baisse quand elle est offerte à prix réduits. Ainsi, bien que le fabricant puisse noter un accroissement de la demande à cause de la vente à rabais, cet avantage peut se perdre bientôt avec le fléchissement de l'intérêt public".

De date plus récente, nous avons constaté de la part des consommateurs américains dans la ville de New-York une réaction psychologique semblable lorsque des entreprises de vente au détail aussi importantes que Macy's et Gimbels ont réduit leurs prix à l'égard de nombre d'article de marque. Tant qu'ont duré ces aubaines, plusieurs fabricants américains dont les articles de marque étaient en jeu, ont commandité de grandes annonces dans les journaux de New-York afin d'assurer à leurs clients que la qualité de leurs produits n'avait pas baissé et qu'en leur qualité de fabricants, ils n'approuvaient pas les réductions de prix outrancières. Ces fabricants, il va sans dire, n'auraient pas encouru cette dépense, l'expérience ne les avait-elle pas persuadés que les consommateurs d'articles de marque réagiraient ainsi.

(*c*) La fixation du prix de revente suppose l'équité des prix imposés. Dans une industrie comme celle des produits de beauté, où la concurrence a beau jeu, le fabricant ne peut laisser ses prix se désaligner car, autrement, il y perdrait, au bénéfice de ses concurrents. Un fabricant qui exploite un commerce où la concurrence joue une aussi large part que dans le commerce des produits de beauté et qui tient à vendre son produit, doit certes savoir mieux que quiconque quel en est le prix équitable. C'est bien là l'avis d'un des juges américains les plus avertis, le juge Oliver Wendell Holmes, de la Cour suprême des États-Unis. Dans la cause de la Dr. Miles Medicine Co. contre Park & Sons Co. (1911, 220 U.S. 373), le demandeur avait élaboré un programme de fixation du prix de revente, auquel la société défenderesse avait refusé de donner suite. La plupart des juges de la Cour suprême des États-Unis estimaient qu'on ne saurait exiger l'application d'un régime de fixation des prix de revente au moyen d'une injonction. Le juge Holmes étant d'avis contraire, rédigea l'un de ces célèbres jugements dissidents sur l'effet de la concurrence

comme moyen d'établir un prix équitable. A la page 409 du rapport, il affirme dans son jugement dissident, ce qui suit :

"Il semble qu'on surestime beaucoup la valeur et l'importance pour le public de la concurrence aux échelons de la production et de la distribution d'un article (dans le cas qui nous intéresse il ne s'agit que de distribution), comme moyen d'établir un juste prix. En réalité, ce qui le fixe c'est la concurrence que provoquent les désirs opposés. Nul d'entre nous ne saurait posséder en aussi grande quantité qu'il le voudrait, tous les biens qu'il désire. Force nous est donc de choisir. Dès que le prix d'un article que nous désirons dépasse le point où nous consentons volontiers à nous passer d'autre chose pour l'obtenir, nous cessons de l'acheter pour acheter autre chose. Il s'agit, il va sans dire, d'articles qui ne sont pas indispensables. Il existe sans doute des nécessités qu'il faudra tôt ou tard rationner comme s'il s'agissait de provisions insuffisantes à répartir entre naufragés, mais ce ne sont pas les médicaments du Dr. Miles. Quant à ces derniers, j'estime que le prix le plus avantageux s'établit précisément au point où s'équilibrent les désirs de la collectivité et qu'il détermine le prix équitable, dans la seule acception où ce terme me semble avoir un sens. La Dr. Miles Medical Company sait mieux que nous ce qui l'aide le plus à réussir en affaires. Nous devons supposer raisonnable son prix au détail, car c'est ainsi qu'on l'a légué, tandis que la cause porte sur une exception. Rien ne m'autorise donc à supposer que le public ne sera pas servi au mieux si la société est en mesure d'exécuter son programme. Je ne crois pas que le public y gagne à la longue, notre tribunal dût-il permettre à des fripons de réduire des prix raisonnables dans leur propre intérêt, compromettant ainsi, s'ils ne la ruinent pas la production et la vente d'articles qu'on suppose que le public aurait avantage à pouvoir se procurer . . . En outre, l'importance de la question et la faveur que trouve auprès du public des notions que j'estime erronées me font un devoir d'exprimer mon avis dissident.

IV. *Critique formulée par l'Association au sujet des opinions du Comité MacQuarrie sur la fixation du prix de revente.*

1. A la page 18 de son rapport, le Comité énonce l'affirmation suivante :

"L'effet direct et immédiat du maintien des prix de revente est l'élimination de la concurrence en matière de prix entre les détaillants dans le secteur des marchandises touchées par cette mesure. C'est là un des buts principaux de cette pratique. On a prétendu que la concurrence ne fait que passer du domaine des prix à celui des services. Sur ce point, nous partageons l'avis suivant exprimé dans le Livre blanc britannique :

"Cette pratique, dit-on souvent, n'empêche pas les commerçants de pratiquer la concurrence sur le plan des services qu'ils rendent. Mais c'est précisément ce qu'il s'agit de démontrer. Il est vrai que, pour attirer plus de clients, un commerçant peut augmenter la quantité et améliorer la qualité de ses services, mais les clients éventuels peuvent être relativement indifférents à ces services supplémentaires, alors qu'ils seraient fort heureux de n'obtenir que les services minimums mais à plus bas prix. C'est ce choix que le maintien des prix de revente empêche le commerçant d'offrir à ses clients."

A notre avis, les méthodes de vente britanniques diffèrent notablement des méthodes suivies en Amérique du Nord, et surtout de celles qu'on a adoptées dans l'industrie des produits de beauté. Dans cette industrie, il faut tenir compte de l'élément que constituent les services. L'expérience l'a démontré, les clients des salons de beauté comptent y recevoir des services, comme en témoigne le résultat de l'essai Toni, tenté il y a plusieurs années. Ce nouveau produit, lancé sur les marchés américain et canadien il y a trois ou quatre ans, devait permettre à la cliente de se donner sa propre permanente. Il lui en coûtait ainsi beaucoup moins cher que ce qu'elle aurait dû payer dans un salon de beauté. C'est avec beaucoup d'appréhension que l'industrie des produits de beauté a vu les préparations Toni présentées au public. On s'est cependant rendu compte, depuis quatre ans, que les produits Toni n'ont guère diminué les recettes des salons de beauté. C'est donc que les personnes qui fréquentent les salons de beauté comptent y recevoir des services, qu'elles consentent à payer.

Qu'on veuille bien se reporter, en outre, au rapport que présentait le commissaire aux coalitions le 31 août 1938, à la suite d'un enquête relative à une présumée coalition touchant la distribution de produits de tabac dans la province d'Alberta et ailleurs au Canada. Sur les instances de l'Imperial Tobacco Company of Canada, le professeur C. A. Curtis a rédigé une analyse économique de la fixation des prix de revente que pratiquait l'industrie canadienne du tabac. Cette analyse économique figure à titre d'appendice au rapport du commissaire aux coalitions. Dans ses conclusions, le professeur Curtis affirme que, du point de vue économique, la fixation des prix de revente constitue une pratique aussi inéquitable qu'anti-sociale. Il apporte cependant certaines réserves à cette conclusion en reconnaissant que la ligne de conduite commerciale d'une entreprise ne se fonde pas uniquement sur des considérations d'ordre économique, d'autres éléments y entrant pour une part. A la page 88 il dit :

> "Comme il est expliqué dès le début, la présente analyse ne porte que sur les aspects économiques de la fixation du prix de revente. Cependant, la ligne de conduite commerciale d'une entreprise ne se fonde pas uniquement sur des considérations d'ordre économique. D'autres éléments entreront sûrement en ligne de compte lorsqu'il s'agira d'arrêter un programme. Seule l'entreprise peut estimer et régler l'importance relative de ces diverses considérations. La présente analyse de cette question ne vise qu'à en faire ressortir les aspects et les effets économiques qui nécessitent un examen sérieux du problème. L'absence ou l'existence de la fixation des prix de revente dans le commerce canadien du tabac comporte d'autres considérations qui, du point de vue de l'Imperial Tobacco Company ou de l'industrie et du commerce en général, peuvent constituer des éléments décisifs tant qu'il s'agit uniquement de méthodes commerciales et d'intérêts privés."

Quand à l'industrie des produits de beauté, les clientes des salons de beauté comptent sur un bon service ; voilà un des éléments dont il faut tenir compte dans la fixation du prix.

2. A la page 17 de son rapport, la Commission émet l'opinion suivante :

> "Les mêmes distributeurs vendent ordinairement les produits de fabricants rivaux."

Dans l'industrie des produits de beauté, les distributeurs ne vendent pas toujours les articles de fabricants rivaux. Quelques-uns vendent des marques exclusives, des articles portant une marque de fabrique que le fabricant a

lancée sur le marché, dont la qualité est garantie par lui et dont il assure le service sans crainte de perte de la part du revendeur ni du détaillant ; cette garantie motive à nos yeux la fixation des prix par le fabricant. De fait, plusieurs marques ainsi vendues ont reçu de la part des détaillants l'approbation générale qu'elles n'auraient pu obtenir sans contrôle des débouchés ou des prix.

3. Au bas de la même page 18, le Comité émet l'opinion suivante :

> "Pour être efficace, la fixation des prix de revente exige certaines méthodes coercitives. Le fabricant qui ne fait qu'indiquer un prix de revente, sans aviser à quelque moyen de le faire respecter, n'exerce pas une véritable maîtrise sur ses distributeurs. Toutefois, quand des moyens de coercition existent, la fixation des prix de revente constitue une loi privée qui ne permet pas de recourir aux tribunaux, comme le démontre nettement le Livre blanc britannique."

A-t-on raison de parler ici d'impossibilité d'avoir recours aux tribunaux ? Dans le cas qui nous occupe, le fabricant et le revendeur concluent, en somme, un contrat. Le revendeur n'est pas tenu d'y consentir si les conditions relatives aux prix lui déplaisent. Nous prétendons qu'un fabricant a certains droits de propriété qui doivent être respectés. Dans l'industrie des produits de beauté, un revendeur peut facilement chercher ailleurs et obtenir un contrat de revente des produits d'un autre fabricant, vu surtout la forte concurrence qui existe entre fabricants.

4. A la page 19, le Comité émet l'avis suivant :

> "Malgré l'absence de renseignements précis, certaines constatations semblent prouver que la fixation des prix de revente contribue à la stabilité des prix, mais le niveau des prix ainsi stabilisés est plus élevé et la production plus instable qu'ils ne le seraient sous un régime de concurrence".

Nous notons que le Comité admet dans son rapport qu'aucun renseignement précis n'appuie sa prétention voulant que la fixation des prix de revente donne lieu à une hausse des prix. Il semble qu'il s'est surtout fondé sur l'avis que M. A. R. Oxenfeldt a émis dans son ouvrage intitulé *Industrial Pricing and Market Practices*. M. Oxenfeldt a-t-il qualité pour parler ainsi et quelle expérience possède-t-il dans la vente des marchandises ?

5. A la page 21, le Comité émet l'avis suivant :

> "En interdisant toute réduction normale du prix, la fixation des prix de revente assure une protection efficace contre les "articles sacrifiés" dans la catégorie des marchandises dont le prix a été fixé. Quoi qu'il en soit, le Comité ne croit pas que l'interdiction au détaillant d'effectuer une réduction quelconque de prix soit un moyen satisfaisant d'empêcher une réduction de prix injuste et excessive. A notre avis, il est possible de trouver des moyens plus directs et plus recommandables d'enrayer les ventes à perte".

Nous voyons que le Comité avoue que les ententes relatives à la fixation des prix de revente constituent un moyen d'éliminer la pratique de vendre à sacrifice des articles portant une marque de commerce. Néanmoins, le Comité semble d'avis qu'il est possible de trouver de meilleurs moyens de résoudre ce problème. Cependant, il ne fait mention d'aucune autre solution. Quelle est l'opinion du Comité sur cette question importante ?

6. A la page 21 du rapport, il affirme :

> "En second lieu, les fortes marges de bénéfices ne signifient pas nécessairement des profits élevés ; elles ne font que faire passer la concurrence du domaine des prix à celui des services, ce qui amène souvent des formes ruineuses de concurrence dans les services et par là une majoration des frais. En outre, des marges élevées de bénéfices incitent fortement les gens à se lancer dans le commerce de détail de sorte que les magasins deviennent trop nombreux, provoquant ainsi une réduction du volume individuel des ventes et des bénéfices".

Le Comité pense-t-il que les marges de bénéfices sur tous les articles soumis à la fixation des prix de revente sont trop élevées ? Notre Association soutient respectueusement que tel n'est pas le cas dans l'industrie des produits de beauté. Nous ne pensons pas que la moyenne des marges de bénéfices accordée par le fabricant ou le revendeur est trop élevée ou disproportionnée. A ce sujet, nous voyons que le Comité craint que l'octroi de services constitue une certaine forme ruineuse de concurrence. Nous estimons qu'en considérant ce point, le Comité aurait dû établir une distinction entre les articles essentiels et ceux qui ne le sont pas. Il existe peut-être un élément de perte dans la distribution du lait et du pain, mais dans celle des produits de beauté, qui sont dans une catégorie distincte, le fabricant n'est-il pas mieux placé pour décider quel genre de service il doit offrir afin de soutenir la concurrence ? Si le fabricant accorde trop de service, portant ainsi ses prix à un niveau trop élevé, nous prétendons que, dans ce cas, il risque de tout perdre. De plus, nous estimons que, dans une industrie aussi fortement soumise au jeu de la concurrence que celle des produits de beauté, le consommateur est libre de décider si le prix de revente est trop élevé, sans avoir à recourir à une loi interdisant la fixation des prix de revente.

Le Comité mentionne qu'il y a peut-être trop de débouchés dans le commerce de détail par suite de la fixation des prix de revente. Quel est le meilleur juge en la matière ? Nous estimons que c'est le détaillant éventuel puisque c'est lui qui jugera si la demande motive l'ouverture d'un nouveau magasin de détail.

7. A la page 21 de son rapport, le Comité a exprimé l'avis suivant :

> "La fixation des prix de revente aide sans aucun doute à protéger la réputation des marchandises portant une marque de commerce et facilite la publicité ainsi que les ventes. Toutefois, le Comité n'est pas convaincu que la réputation de ces marchandises souffre beaucoup des variations normales de prix ni que ces dernières portent les gens à conclure à la diminution dans la qualité des produits. Si le problème de "l'article sacrifié" est résolu, les réductions normales de prix ne susciteront pas de graves difficultés au fabricant."

Le Comité affirme donc ici que la réputation des marchandises portant une marque de commerce ne souffre pas beaucoup des variations de prix. Nous notons, toutefois, qu'il n'apporte aucune preuve concrète à l'appui de ses prétentions. Nous avons, par ailleurs, l'expérience récente qu'ont eue des fabricants d'articles portant une marque de commerce et qui ont fait paraître des annonces dans les journaux de New-York lors de la récente guerre des prix dans cette ville. Nous avons aussi l'avis qu'a émis la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix et que nous avons déjà cité dans notre mémoire. Nous soumettons respectueusement que les fabricants sont mieux en mesure que quiconque de connaître l'effet des variations de prix sur la vente de leurs articles portant une marque de commerce.

Pour ce qui est de l'industrie des produits de beauté, les fabricants redoutent à coup sûr l'effet qu'aurait une forte réduction de prix sur les ventes futures de leurs produits.

8. A la page 21 de son rapport, le Comité exprime l'opinion suivante :

> "La publicité est plus fructueuse, il est vrai, lorsque le fournisseur peut imposer un prix de revente. Cependant, étant d'avis que la publicité est une force trop puissante pour avoir besoin d'encouragement spécial, nous ne nous inquiétons pas trop des légers inconvénients qui s'ensuivraient la fixation des prix de revente fût-elle interdite.

Le Comité prétend que la publicité est, aujourd'hui, une force trop puissante. Sur quelle preuve fonde-t-il cette assertion ? Puisque la publicité entre dans les frais commerciaux, pourquoi les fabricants, qui connaissent leurs problèmes mieux que quiconque, comptent-ils sur elle comme moyen de pousser leurs ventes ? La publicité est certainement nécessaire dans le commerce des produits de beauté.

9. A la page 23, qui renferme ses conclusions et ses voeux, le Comité s'exprime ainsi :

> Quant à la méthode de "l'article sacrifié", le Comité estime qu'il s'agit d'une pratique monopolisatrice qui ne favorise pas le bien-être général ; aussi la considère-t-il comme incompatible avec l'intérêt public. Toutefois, nous ne croyons pas qu'elle présente un danger immédiat, car les réductions de prix excessives ne sont guère probables dans une période d'inflation et de rareté relative. En outre, nous sommes persuadés qu'il existe des moyens plus efficaces et plus appropriés de réprimer la pratique de "l'article sacrifié" que celui qui consiste à fixer un prix minimum de revente.

Le Comité soutient que la méthode de "l'article sacrifié" est incompatible avec l'intérêt public. Nous prétendons qu'il ne propose cependant aucun moyen efficace de la réprimer ; il se borne à mettre en doute la validité d'une méthode courante de l'empêcher, méthode qui consiste à fixer les prix de revente. S'il existe quelque moyen de restreindre les "ventes à perte", nous soumettons respectueusement qu'il est inutile de dire que, vu la période actuelle d'inflation, de fortes réductions de prix sont improbables. Cette période d'inflation ne durera pas tout le temps. Nous prétendons donc que le Comité adopte une attitude négative à l'égard de ce problème.

V. *Effets de la fixation des prix de revente au Royaume-Uni et aux États-Unis.*

Le Royaume-Uni et les États-Unis ont examiné à maintes reprises la question de la fixation des prix de revente. Au sujet de l'expérience acquise en Grande-Bretagne, le Comité MacQuarrie ne cite qu'un récent Livre blanc britannique intitulé : *A Statement on Resale Price Maintenance.* Cependant, la Commission Sankey a étudié à fond la même question, en 1931. Or voici les commentaires qu'elle a formulés à propos des ententes relatives à la fixation des prix de revente :

> "Au sujet des marchandises dont le prix a été fixé, le consommateur peut, tout comme le détaillant, refuser d'acheter n'importe quel article portant une marque de commerce quelconque. S'il en achète un au prix établi, il démontre par là qu'il le préfère en tout cas à tout autre article avec ou sans marque de fabrique. Il n'est pas question de savoir si son choix est judicieux ni si le prix des marchandises est raisonnable par rapport aux frais de production et de distribution. Ce qui l'attire c'est la qualité des marchandises qu'il associe à la marque de

commerce. Nous avons aussi appris qu'un des points qui milite en faveur de l'idée de la marque de commerce, depuis quelques années, est le soin et la propreté hygiénique avec lesquels sont empaquetés plusieurs des articles qui portent une marque de fabrique.

Plusieurs témoins nous ont aussi parlé des réactions du consommateur en face de la réduction des prix. Quand, nous ont-ils dit, les prix fixés à l'égard de certains articles porteurs de marques de fabrique ne sont pas respectés, les consommateurs n'ont plus confiance en la qualité de ces produits, ils doutent que le prix ordinairement exigé soit raisonnable et n'ont plus foi dans le fabricant. Par contre, a-t-on dit, les consommateurs sont tous disposés à acheter des marchandises à prix fixes pourvu qu'ils considèrent ces prix comme raisonnables et qu'ils sachent qu'ils peuvent acheter le même article au même prix partout où ils le trouveront. Le régime de la fixation des prix, nous a-t-on dit, tend à créer une ambiance harmonieuse entre le détaillant et son client et à rendre la vente facile et expéditive."

Sur ce sujet, la Commission Sankey en est arrivée aux conclusions suivantes :

(*a*) Nous prétendons qu'il ne faut pas supprimer sans raison majeure la liberté de passer des contrats.

(*b*) Nous ne considérons pas le régime de la fixation des prix comme exempt de tout désavantage pour le public mais, si la loi est modifiée, nous ne sommes pas convaincus que les intérêts du public seraient mieux servis.

Aux États-Unis, les méthodes de vente se rapprochent davantage de celles qui ont cours au Canada. La question de la fixation des prix de revente a fait le sujet d'une foule d'ouvrages. L'étude la plus compétente peut-être en la matière a été publiée en 1932 par le professeur E. R. A. Seligman, de l'Université Columbia, et le professeur R. A. Love, du Collège de la Ville de New-York, sous le titre de *Price Cutting and Price Maintenance*. A la page 267 de cette étude longue et impartiale, les auteurs déclarent ceci :

"La concurrence acharnée n'est pas la véritable concurrence mais une concurrence brutale. Son premier but avoué est de couper la gorge du rival . . . La concurrence effrénée cherche à supprimer le rival de la scène afin que le concurrent vainqueur reste seul maître de la situation. Cette concurrence désastreuse aboutit au monopole. Le bénéfice provisoire que retire le consommateur de la réduction des prix sera finalement remplacé par les méfaits du monopole. La concurrence effrénée est donc illusoire et non véritable.

Ce que nous désignons comme concurrence illusoire est, dans le langage courant, la concurrence déloyable. Ce qualificatif implique quelque chose d'immoral, de malhonnête. En fin de compte, rien ne peut être moralement juste à moins d'être économiquement sain car l'ordre moral et économique se fondent sur des considérations d'ordre social.

Nous sommes donc poussés à conclure que le mal que la fixation des prix cherche à enrayer, c'est-à-dire certaines formes de réduction effrénée des prix, est condamné tant par la doctrine économique que par la morale.

.....

"Les consommateurs eux-mêmes bénéficieront à la longue de l'adoption du régime des prix fixes en ce sens, comme nous l'avons vu, que le bien-être du consommateur dépend en dernier ressort de la prospérité du producteur. En second lieu, il n'existe pas d'antagonisme entre fabricants et détaillants considérés comme entités. Le conflit réel naît du fait que certains détaillants s'imaginent que l'adoption de la fixation des prix nuira à leurs intérêts et réussissent aujourd'hui, au détriment d'autres concurrents à l'esprit plus large. Lorsque nous voyons qu'en face de cette catégorie plutôt restreinte il y a le gros des détaillants, l'ensemble des fabricants et les intérêts permanents des consommateurs, force nous est de conclure, du moins en principe, que la fixation des prix découle logiquement de la doctrine de la véritable concurrence et que le refus d'admettre cette fixation des prix signifie le maintien de cette concurrence illusoire dont souffre la vie américaine moderne. Les modes de réduction des prix qui comprennent la "vente à perte" ou l'article sacrifié et la nécessité de recourir à des moyens détournés afin de se procurer des approvisionnements d'autres personnes que les producteurs eux-mêmes, quoique profitables aux particuliers, sont condamnables parce qu'ils constituent une forme de concurrence inutile et destructive. Ils sont malsains du point de vue économique et, par conséquent, injustes du point de vue moral. En un mot, le rabais des prix opéré de cette façon est une forme de concurrence déloyale, tandis que la fixation des prix est un pas vers la concurrence loyale."

La fixation des prix de revente a aussi fait à l'occasion l'objet d'enquêtes de la Commission fédérale du commerce des États-Unis et de diverses commissions du Congrès, depuis plusieurs années. En dépit des discussions animées qui se sont déroulées à ce sujet aux États-Unis depuis de nombreuses années, la plupart des États ont édicté des lois sur les méthodes commerciales équitables, permettant la conclusion d'ententes sur la fixation des prix de revente. En 1937, à Washington, la Sherman Anti-Trust Act a été modifiée par la Miller-Tydings Act afin de permettre les ententes relatives à la fixation de prix de revente sur les articles portant une marque de fabrique et vendus dans le commerce entre États là où existent des lois sur les méthodes commerciales équitables. Cette loi consistait en une clause ajoutée à l'article premier de la loi Sherman qui stipulait à son origine qu'une coalition destinée à restreindre le commerce était illégale. Voici la partie de la clause Miller-Tydings qui nous intéresse :

Toutefois, rien de ce que renferme le présent article ne rendra illégal tout contrat ou tout accord prescrivant des prix minimums pour la revente d'un article qui porte, ou dont l'étiquette ou le contenant porte, la marque de commerce ou de fabrique ou le nom du producteur ou du distributeur dudit article et qui entre en concurrence libre et ouverte avec des articles de la même catégorie générale produits ou distribués par d'autres, quand des contrats et des accords de cette nature sont légaux lorsqu'ils s'appliquent à des transactions dans les limites d'un État, sous l'empire de tout statut, de toute loi ou de tout ordre public actuellement ou désormais en vigueur, dans tout État, tout Territoire ou dans le District de Columbia, où ladite revente doit se faire ou dans lequel l'article doit être transporté pour revente, et la la conclusion de tels contrats ou accords ne doit pas équivaloir à un mode déloyal de concurrence aux termes de l'article 5, modifié et complété, de la loi intitulée : loi créant une commission fédérale du commerce, définissant ses pouvoirs et devoirs, et pour d'autres fins, loi qui a été approuvée le 26 septembre 1914.

Au cours de ces derniers mois, la Cour suprême des États-Unis a interprété la Miller-Tydings Act dans l'affaire Schwegmann qui a eu beaucoup de retentissement. La Cour a décidé dans cette cause que la loi Miller-Tydings, pour ce qui est des transactions commerciales entre États, ne sanctionne pas la mise en vigueur de la fixation des prix, sous l'empire des lois de chaque État sur les méthodes commerciales équitables, à l'égard d'un détaillant qui n'a pas conclu un accord prescrivant un prix minimum de détail.

Il s'ensuit donc que lorsqu'un détaillant a signé un contrat de commerce loyal dans lequel il est stipulé qu'il respectera le prix minimum de détail à l'égard d'un certain article, il doit respecter ce contrat, bien qu'il s'agisse de transactions commerciales entre États. Évidemment, quand un État a adopté une loi relative aux méthodes commerciales équitables et qu'un détaillant a signé une entente à cet effet, il doit la respecter pour ce qui est du commerce dans les limites de l'État.

La Miller-Tydings Act, qui reconnaît l'opportunité de la fixation des prix de revente, fait toujours partie du recueil des lois des États-Unis. La législation fédérale et d'État de la république voisine tend de plus en plus à ratifier dans une certaine limite la fixation des prix de revente à l'égard des marchandises portant une marque de commerce ou de fabrique.

VI *Conclusion*

Dans l'industrie des produits de beauté, la clientèle attirée par une marque de fabrique donnée représente pour chaque fabricant un droit de propriété considérable. Il a dépensé beaucoup d'argent pour se créer cette clientèle. Naturellement, les propriétaires de ces droits tiennent à empêcher le recours à certaines méthodes qui, à leurs yeux, sont dommageables et peuvent amoindrir la valeur de leur entreprise.

Quand un fabricant de produits de beauté fixe une marge de bénéfice à un revendeur sur un article portant sa marque de fabrique, il doit, s'il veut que son entreprise dure, tenir compte des facteurs suivants :

(*a*) La marge de bénéfice qui incitera un revendeur à avoir en magasin son produit et à en pousser la vente.

(*b*) La marge de bénéfice ne doit pas être considérable au point d'empêcher le public d'acheter ce produit et le pousser à se procurer un succédané à meilleur marché et qui lui sera tout aussi utile.

Dans l'industrie des produits de beauté, qui a toujours été aux prises avec des réductions de prix rapaces, ces facteurs protègent le public contre toute exploitation.

En terminant, l'Association tient à faire savoir au comité mixte qu'elle s'oppose aux voeux relatifs à la fixation des prix de revente qu'a exprimés le Comité MacQuarrie dans son rapport provisoire du 1er octobre 1951. Notre association n'est certes pas en mesure de savoir quelle sera la portée de ces vœux sur les autres industries. Elle sait, cependant, que si une loi les sanctionnait, ils causeraient beaucoup de tort à l'industrie des produits de beauté.

Le tout respectueusement soumis.

Ottawa, le 19e jour de novembre 1951.

ALLIED BEAUTY EQUIPMENT MANUFACTURERS' AND JOBBERS' ASSOCIATION

par son conseiller juridique d'Ottawa,

M. E. CORLETT,
48, rue Sparks,
Ottawa, Ontario.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION

RELATIVES AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 4

SÉANCE DU JEUDI 22 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. J. W. Preston, secrétaire-gérant de la Canadian Pharmaceutical Association.

Le professeur H. J. Fuller, École de pharmacie de l'Ontario.

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952

ERRATUM

Procès-verbal du mardi 20 novembre 1951

Page 23, 14e ligne, du fascicule no 2, le chiffre $3,301 devrait se lire $2,301.

PROCÈS-VERBAL

Le JEUDI 22 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin, sous la présidence de l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et de M. James Sinclair, député, présidents conjoints. Au fauteuil, M. Sinclair.

Présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Hawkins, Lambert.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Dickey, Fleming, Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher.

Aussi présents: M. J. W. Preston, secrétaire-gérant de la Canadian Pharmaceutical Association; le professeur H. J. Fuller, de l'École de pharmacie de l'Ontario.

A la demande de M. Carroll, le secrétaire est prié de se procurer le texte de la loi instituant en corporation l'Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association; tout règlement édicté et transmis par les autorités compétentes en Ontario, ainsi que le procès-verbal de toutes les séances et les états financiers de l'Association depuis sa formation.

M. Preston est appelé et dépose des mémoires au nom de la Canadian Pharmaceutical Association et de l'Ontario Retail Druggists Association, mémoires figurant aux Appendices A et B des Procès-verbaux et témoignages de la séance d'aujourd'hui, puis il est entendu et interrogé à ce sujet.

Le professeur Fuller est appelé et interrogé.

Les témoins se retirent.

(A une heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne au vendredi 23 novembre, à 10 heures et demie du matin.)

Le secrétaire du Comité,

A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

Le 22 NOVEMBRE 1951
10 h. 30 du matin

Le PRÉSIDENT: Messieurs, comme nous formons quorum, j'ouvre la séance.

M. CARROLL: Monsieur le président, comme plusieurs personnes ne savaient pas au juste, hier, ce dont s'occupait l'organisme qui a délégué ici un de ses représentants, je prie le conseiller juridique de procurer au comité la loi de constitution en société de cet organisme,—ce qui lui sera sans doute facile,—ainsi que les règlements édictés et approuvés par les autorités compétentes de l'Ontario, et ensuite, les procès-verbaux de ses assemblées et, finalement, son état financier. Je fais cette demande dans l'intérêt non seulement de cet organisme mais aussi des adversaires éventuels de cet organisme, parce que certaines déclarations faites hier étaient, selon l'avis de certains, sinon exagérées, du moins pas entièrement probantes.

Le PRÉSIDENT: Je prie M. Phelan de vous procurer ces documents.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, je désire apporter une rectification à la page 23 du fascicule nº 2. En citant les chiffres de la Division de l'impôt sur le revenu, j'ai mentionné la somme de $2,301, mais le compte rendu de la séance portait le montant de $3,301.

Le PRÉSIDENT: Cette rectification sera faite, monsieur Beaudry.

M. THATCHER: Je pose une question d'ordre, monsieur le président. Le désir que vous avez exprimé de nous procurer tous ces mémoires aussi promptement que possible est fort louable, mais j'avoue que je ne puis en prendre connaissance aussi rapidement qu'ils nous sont soumis. Mardi, nous avons reçu le mémoire du Congrès canadien du travail; hier, nous avons eu celui de l'Allied Beauticians Association et, aujourd'hui, on nous en soumet deux autres qui ont 113 pages. Pour ma part, je ne vois pas comment nous pouvons les lire, encore moins les approfondir aussi rapidement qu'ils nous arrivent. Je prétends qu'avec nos autres occupations parlementaires, il nous est humainement impossible d'apporter aux témoignages l'attention qu'ils méritent. Les personnes qui comparaissent devant nous ont consacré beaucoup de temps, de labeurs et d'argent à la préparation de ces mémoires; j'estime qu'elles ont le droit d'être entendues de façon satisfaisante. Nous devons reconnaître dès maintenant que d'ici le 15 décembre, il nous est impossible d'accomplir notre mission convenablement et d'en arriver à une décision satisfaisante. Il vaudrait mieux, je pense, nous soumettre un rapport provisoire. A la séance de demain, nous devrions, plutôt que d'entendre un autre mémoire, finir l'examen de celui dont nous sommes saisis aujourd'hui et rappeler pour quelque temps M. MacDonald.

Mais il y a plus, monsieur le président. Je m'oppose à ce que nous tenions des séances de deux heures et demie et de trois heures, comme nous l'avons fait jusqu'à maintenant. Un comité ne devrait pas siéger aussi longtemps, surtout quand il y en a d'autres qui se réunissent et quand on songe à toute la besogne qu'il nous faut accomplir. Je vous prie de mettre fin à cette hâte injustifiée. Nous ne devrions certainement pas parcourir des mémoires à une telle allure.

Le PRÉSIDENT: Je dois vous avouer, monsieur Thatcher, que je trouve également difficile de suivre les travaux de la Chambre et de lire en même

temps tous ces mémoires. Pour ce qui est de la séance de demain, il nous faudra bien recevoir les représentants de la Fédération canadienne des détaillants, puisque des mesures ont été prises à cette fin. Il ne serait pas juste que je modifie le programme en ce moment. Nous pourrions peut-être demander au sous-comité du programme et de la procédure de se réunir demain afin d'examiner la besogne qui nous reste à accomplir. Nous pourrions le faire demain matin plutôt que présentement, vu qu'il est convenu que nous entendrons ces porte-paroles.

Comme les représentants des marchands détaillants comptent être ici demain matin, d'ailleurs nous le leur avons demandé, ils ont pris des mesures en conséquence, de sorte qu'il n'est que juste que nous les recevions demain matin. Nous pourrions ensuite étudier ce que nous devrions faire par la suite et rappeler peut-être, la semaine prochaine, le commissaire des coalitions.

M. THATCHER: Sauf erreur, nous devons entendre aujourd'hui les pharmaciens et les représentants de leur association. Si nous n'en avons pas fini avec eux aujourd'hui, je suppose qu'ils reviendront demain?

Le PRÉSIDENT: A ce sujet, je suis entièrement à la disposition du Comité. Nous voulons accomplir de bonne besogne et la mener à bonne fin. Les membres trouvent-ils trop long de siéger jusqu'à 1 heure de l'après-midi?

M. BEAUDRY: Si vous le voulez bien, monsieur le président, nous pourrions décider cela quand nous aurons épuisé notre programme. Dans l'intervalle, nous pourrions régler cette question des heures de séance afin de savoir durant combien de temps les membres tiennent à siéger.

Le PRÉSIDENT: Oui, réglons cela tout de suite. Les membres sont-ils en faveur de siéger jusqu'à une heure? Les membres trouvent-ils que siéger de 10 heures et demie du matin à 1 heure de l'après-midi est trop long?

Des VOIX: Non.

Le PRÉSIDENT: Je le répète, je m'en remets à la décision du Comité. Je ne ferai pas l'appel des voix mais je prierai simplement ceux qui sont en faveur de siéger de 10 heures et demie à 1 heure de lever la main.

Quels sont ceux qui sont en faveur de siéger de 10 heures et demie à midi et demie?

Nous siégerons donc, jusqu'à avis contraire, de 10 heures et demie à 1 heure.

M. THATCHER: Serait-il possible de ne pas dépasser deux heures et demie?

Le PRÉSIDENT: Nous verrons à lever la séance à 1 heure précise.

L'honorable M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Comme je présidais la séance, hier, j'ai cherché à maintes reprises à lever la séance à 6 heures, mais je n'ai pu obtenir la collaboration des membres qui persistaient à poser des questions.

M. FLEMING: Oui et il y en avait d'autres qui n'ont pas eu le temps de le faire. Serait-il possible de faire revenir ces témoins, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Nous pourrons décider cela à la fin de la séance. Cette partie de l'enquête est très importante, en raison du sujet sur lequel elle porte. Nous pourrons décider si nous voulons faire revenir ces témoins demain ou plus tard.

M. SHAW: J'ai une observation à formuler, monsieur le président. Tous ces mémoires nous sont soumis tellement rapidement que nous n'avons pas le temps de les examiner avec le soin qu'ils méritent. J'espère que nous pourrons en tenir compte.

Le PRÉSIDENT: Je vous remercie; nous y verrons. M. Burgess me signale que le mémoire de demain a été distribué aux membres du Comité mardi.

M. FULTON: Et nous l'examinerons demain?

Le PRÉSIDENT: Oui, nous recevrons demain les marchands détaillants. Aujourd'hui, deux groupes se présentent devant nous: la Canadian Pharmaceutical Association et l'Ontario Retail Druggists Association.

M. FLEMING: Un instant, monsieur le président. Le conseiller juridique du Comité peut-il nous procurer le renseignement qu'a demandé M. Carroll tantôt?

Le PRÉSIDENT: Le pouvez-vous, monsieur Phelan?

M. PHELAN: Oui, je le fournirai au Comité.

Le PRÉSIDENT: Serait-il bon que le Comité ait ces mémoires à mesure que nous procéderons?

M. FLEMING: Nous ferions mieux de voir comment les choses se passeront. Il se peut que nous ayons à rappeler les témoins afin de les interroger davantage.

M. BEAUDRY: Nous pourrions demander au conseiller juridique,—et même l'aider au besoin,—d'établir, lors de l'interrogatoire de chaque témoin, certains faits fondamentaux concernant l'industrie dans laquelle il est intéressé. La connaissance de ces faits pourrait faciliter la tâche du Comité. Je n'insiste pas, mais je tiens à faire observer qu'en interrogeant les témoins, il se peut que nous arrivions à des conclusions erronées. Je propose donc que nous procédions comme je viens de le dire afin de faciliter notre travail. Nous pourrions agir ainsi dès ce matin.

Le PRÉSIDENT: Le conseiller juridique pourrait, en débutant, obtenir à l'égard de chaque association les faits suivants: son siège social, le nombre de ses membres, ses travaux, ainsi de suite, avant d'entreprendre l'interrogatoire.

Nous avons donc ici, ce matin, deux groupes: la Canadian Pharmaceutical Association et l'Ontario Retail Druggists Association. Cette dernière nous a dit qu'elle appuyait le mémoire soumis par l'Association pharmaceutique du Canada, bien qu'elle ait elle-même présenté son propre mémoire.

M. FULTON: Ces mémoires seront-ils consignés aux procès-verbaux?

Le PRÉSIDENT: Tous les mémoires reçus jusqu'ici ont été imprimés en appendice à nos procès-verbaux.

M. FULTON: En avez-vous reçu que vous n'avez pas jugé assez importants pour les imprimer?

Le PRÉSIDENT: Nous n'en avons pas encore reçu qui ne valaient pas la peine d'être imprimés en appendice.

M. FULTON: Ces mémoires seront imprimés en appendice à nos délibérations d'aujourd'hui?

Le PRÉSIDENT: Oui. Maintenant, messieurs, nous avons ici comme témoins M. Preston et le professeur Fuller.

M. PHELAN: Je crois que seul M. Preston va comparaître.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Preston, voulez-vous vous approcher?

Le Comité a décidé monsieur Preston, de vous prier de lui fournir un bref résumé du mémoire qui a été soumis et lu, puis notre conseiller juridique vous posera quelques questions préliminaires, après quoi les membres du Comité vous poseront les questions qu'ils désirent.

M. J. W. Preston, secrétaire de la Canadian Pharmaceutical Association, est appelé.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, savants maîtres, messieurs les membres du Comité. Inutile de vous dire qu'il nous fait grandement plaisir d'être ici, ce matin, afin de vous faire part de notre opinion à l'égard du projet de loi à l'étude. Nous représentons la Canadian Pharmaceutical Association qui compte 4,236 membres et qui comprend tous les pharmaciens pratiquants qui possèdent une pharmacie de détail au Canada.

Établie depuis 25 ans, la fixation des prix a exercé une influence salutaire sur l'économie canadienne. Cette pratique n'a contribué d'aucune façon à l'inflation et si elle est maintenue, nous ne croyons pas qu'elle influera sur le coût de la vie. Je crois que certaines personnes ne saisissent pas très bien le sens de "fixation des prix" ou de "maintien des prix". Nous ne voulons nullement argumenter sur ce que le Comité MacQuarrie appelle la fixation horizontale des prix. Nous reconnaissons volontiers que ce genre d'entente est illégal au Canada. Le maintien des prix sert de protection à chaque marchand détaillant contre certaines pratiques commerciales déloyales de la part de marchands plus puissants. La fixation du prix de revente est le seul moyen efficace de combattre la pratique de l'article sacrifié ou, comme quelqu'un l'a surnommé en plaisantant: la pratique de l'article trompeur.

Le Comité MacQuarrie a recours à de telles expressions mais, tout en admettant que la méthode inique de l'article sacrifié est fort condamnable, il ne propose aucun moyen de la combattre. Il se borne à proposer de rendre illégale la fixation des prix, sans proposer de remède; il se contente de dire que, probablement plus tard, on trouvera ce remède dans quelque terre promise encore bien éloignée.

De fait, dis-je, la fixation des prix se pratique depuis vingt-cinq ans. L'emploi d'un article sacrifié n'est pas nouveau; il existe, surtout dans la province d'Ontario, depuis le début du siècle et le seul moyen efficace qu'on ait trouvé jusqu'ici pour l'enrayer est le maintien des prix tel que nous le connaissons aujourd'hui.

Nous soutenons que, sans le maintien des prix, l'article sacrifié constituera demain le danger à repousser. Il s'ensuivrait une situation chaotique semblable à celle des années 20, qui serait préjudiciable aux petits marchands indépendants et causerait même leur ruine. En s'unissant, les gros marchands ont les moyens de vendre tous les articles annoncés à l'échelle nationale à des prix de sacrifice, même inférieurs au prix de revient et, à la longue, cette pratique crée le monopole des ventes de tous les articles annoncés dans tout le pays. Nous ne voulons pas de monopoles; ils sont néfastes pour le pays, tandis que le marchand indépendant est la force de tout village, ville ou hameau. Le Gouvernement ne fera certes rien pour lui nuire.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, préférez-vous que le conseiller juridique interroge avant nous le témoin à propos des observations qu'il vient de formuler.

Le PRÉSIDENT: Oui.

M. Phelan:

D. M. Preston, parlez-nous de votre carrière. N'étiez-vous pas pharmacien pratiquant?—R. Oui, j'ai débuté comme pharmacien détaillant le 1er novembre 1908. Toute ma vie je n'ai pas fait autre chose et c'est tout ce que je connais à fond. Le seul commerce que je connaisse est celui de la pharmacie de détail.

D. Et quelle est votre situation actuelle?—R. Je suis secrétaire-gérant de la Canadian Pharmaceutical Association.

D. Depuis quand occupez-vous ce poste?—R. Je suis secrétaire-trésorier depuis 1942 et j'ai été nommé gérant il y a deux ans.

D. Quand votre association a-t-elle été constituée?—R. En 1907.

D. En vertu de la loi des compagnies de l'Ontario?—R. Non, en vertu de la loi fédérale des compagnies.

D. Vous avez entendu aujourd'hui un membre du Comité demander qu'on fournisse au Comité votre charte de constitution en société, les règlements, les procès-verbaux ainsi que les états financiers de votre association. Depuis combien d'années . . .?

M. CARROLL: Ma demande ne visait pas seulement cette société. J'ai demandé cela à l'association dont il a été question hier. Or, si ma demande visait celle d'hier, elle s'applique à toutes.

M. FLEMING: Cette question mérite considération, monsieur le président. Voici une association qui existe depuis quarante-cinq ans. Allons-nous leur demander de nous soumettre tous leurs procès-verbaux et tous leurs état financiers? Allons-nous ajouter à toute cette documentation dont nous sommes déjà inondés?

M. CARROLL: Je n'ai absolument aucun intérêt dans cette compagnie.

Le PRÉSIDENT: J'ai estimé à coup sûr ainsi que M. Fleming, que lorsque cela se justifiait, lorsque nous n'étions pas certains du cas, nous avions le droit de demander ces renseignements.

M. CARROLL: La seule raison pour laquelle je les ai demandés c'est qu'hier il y avait ici bien des gens—je ne fais allusion à personne en particulier—qui ont trouvé que les témoins ne se sont pas bornés à indiquer nettement la nature de leurs affaires.

M. PHELAN: Je n'ai pas bien compris le point soulevé par l'hon. député. Je croyais que nous allions procéder ainsi. Faut-il, dans ce cas, attendre que le comité demande les documents pour que nous les fournissions?

M. FLEMING: Puis-je faire une proposition à ce sujet? Je crois que c'est une question qui pourrait très bien être étudiée par le comité d'orientation de concert avec les experts juridiques. Dans certains cas, en effet, cette façon de procéder pourrait être avantageuse, mais si nous en faisons une pratique courante nous allons tout simplement causer beaucoup de difficultés aux témoins et nous nous embourberons dans une foule de détails inutiles.

M. PHELAN: J'avais mal compris. Allons-nous renvoyer cette affaire à plus tard?

M. FLEMING: Pour surmonter cette difficulté il suffirait que M. Phelan examine ces mémoires à l'avance; s'il y découvre des éléments utiles, il pourra demander qu'on nous les soumettre.

L'hon. M. GARSON: En ce qui concerne les procès-verbaux de ces associations, je prétends, monsieur le président, puisque l'une de nos grandes préoccupations est de savoir ce que l'on fait à ces réunions—n'a-t-on pas dit hier qu'on y siège, qu'on y parle d'ententes, mais qu'on ne s'y occupe jamais des prix—je prétends donc, dis-je, que ces procès-verbaux seraient intéressants dans la plupart des cas ayant trait aux associations commerciales, mais que la masse des autres documents n'aurait qu'un intérêt relatif.

M. BEAUDRY: Nous suffirait-il d'envisager une période, mettons, de deux ans dans les procès-verbaux?

L'hon. M. GARSON: Pas nécessairement. Je crois que nous pourrions décider dans chaque cas quels procès-verbaux, d'après le témoignage, semblent présenter quelque intérêt pour le comité.

Le TÉMOIN: Nous serions très heureux de fournir d'autres renseignements.

M. le PRÉSIDENT: Nous laisserons cette question de côté jusqu'à ce que nous ayons recueilli davantage de témoignages et jusqu'à ce que le comité d'orientation se soit prononcé à son sujet.

M. Phelan:

D. Monsieur Preston, votre association groupe donc 4,236 membres. C'est un organisme d'envergure nationale, naturellement?—R. Oh, oui.

D. 4,236?—R. Sauf la province de Terre-Neuve.

D. Et tous les membres sont des pharmaciens?—R. Oui.

D. Certains membres sont-ils fabricants ou grossistes?—R. Non, ils sont tous pharmaciens au détail.

D. Et les pharmaciens qui travaillent dans les magasins à succursales et les magasins à rayons?—R. Seul le gérant agréé du magasin fait partie de notre association.

D. Le gérant agréé du magasin?—R. Oui.

D. Donc dans le cas des magasins à succursales et des magasins à rayons ce sont les gérants agréés qui font partie de votre association?—R. Oui, agréés en vertu des lois relatives aux pharmacies des différentes provinces.

D. Votre association a été fondée en quelle année?—R. En 1907.

D. A-t-elle fonctionné entre les années 1907 et 1927?—R. Son activité n'a jamais été interrompue.

D. Faisait-elle partie de la Proprietary Articles Trade Association qui a cessé d'exister en 1927?—R. Non, elle n'y était pas affiliée à ma connaissance.

D. Les mêmes membres faisaient-ils partie des deux associations? Je remarque ceci à la page 5 de votre mémoire:

> "La fixation des prix de revente existe au Canada depuis 1910, et elle est appliquée sur une bien plus grande échelle encore par notre groupe détaillants, depuis 1927"

Je me suis demandé si l'année 1927 avait un rapport avec la Proprietary Articles Trade Association au sujet de laquelle le commissaire aux enquêtes sur les coalitions avait fait un rapport défavorable et laquelle fut dissoute. Les deux associations étaient-elles en relations avant 1927?—R. Le commerce des pharmaciens de détails se trouvait dans un tel marasme par suite des ventes à perte et des ventes à divers prix qu'un grand nombre de nos membres se virent contraints d'abandonner la partie—ils firent faillite—et le commissaire O'Connor dans le rapport qu'il a fait au sujet de la Proprietary Articles Trade Association a déclaré—et nous l'avons cité dans notre mémoire—qu'un grand nombre de pharmaciens de détail étaient à deux doigts de la faillite; c'était aussi le cas des distributeurs en gros. Leur situation était si précaire qu'ils estimèrent qu'ils devaient faire quelque chose; c'est pourquoi ils tentèrent de former au Canada une association semblable à la Proprietary Articles Trade Association d'Angleterre. Une enquête eut lieu et l'association en tant que telle ne fut jamais formée. Elle fut déclarée illégale au Canada en vertu de la loi des enquêtes sur les coalitions. Je ne devrais pas dire qu'elle fut déclarée illégale car son cas n'a jamais été jugé. Après l'enquête faite à la demande du Commissaire aux enquêtes sur les coalitions, si je ne m'abuse, l'industrie pharmaceutique mit fin à son projet, l'association cessa d'exister et ne fut en fait jamais formée.

D. Cela ne répond guère à ma question. Lorsque l'association fut formée ou lorsqu'elle fut en cours de formation quel rôle y ont joué vos membres?—R. Nos pharmaciens au détail?

D. Oui.—R. Un rôle actif.

D. Était-ce une association de revendeurs et de fabricants?—R. De fabricants, grossistes et détaillants.

D. Votre organisme n'était-il pas une association de détaillants jusqu'à ce que la Proprietary Articles Trade Association fut proposée en tant que groupement accessible aux deux catégories de membres?—R. Notre association, en tant que telle, n'a rien eu à voir avec la Proprietary Articles Trade Association. Notre association est composée de pharmaciens au détail. L'Association des pharmaciens du Canada n'a pas pris part activement aux travaux de la Proprietary Articles Trade Association mais les membres de notre association qui sont tous des pharmaciens y ont pris une part active.

D. Je comprends la situation. Vous avez participé activement à l'œuvre de cette association et lorsque le Commissaire aux enquêtes sur les coalitions

a fait, sur elle, un rapport défavorable vous avez poursuivi vos activités sous l'égide de votre propre association, n'est-ce pas?—R. Exactement.

D. Et avez-vous continué ainsi depuis lors?—R. Oui.

D. Bon, quelles sont les activités de votre association dans le domaine de la vente et de la distribution?—R. En tant qu'association nous n'avons pas à nous occuper de la vente et de la distribution des produits.

D. Ni des prix?—R. Ni des prix, en tant qu'association.

D. Il est donc bien entendu que votre association n'a absolument rien à voir avec la vente, la distribution et les prix?—R. Oui.

D. De quoi s'occupe-t-elle donc?—R. Elle a été fondée en 1907 en vue d'améliorer le commerce des produits pharmaceutiques et de faire des pharmaciens de meilleurs pharmaciens. C'est en premier lieu un organisme éducatif et scientifique et notre principale activité au Gouvernement à Ottawa est d'essayer, de concert avec le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social, d'assurer au public les meilleurs services possible. Nous avons pensé que nous pourrions atteindre ce but plus facilement en tant qu'organisme national. Nous pouvons, en effet, grâce à lui mieux collaborer avec le Gouvernement du Canada sur le plan fédéral et le Gouvernement a plus de facilité pour coopérer avec nous; en d'autres termes nous sommes un organisme par l'intermédiaire duquel les mesures fédérales peuvent être portées à la connaissance de nos membres.

D. N'existe-t-il pas également des organismes provinciaux?—R. Oui, c'est ce qui correspond aux règlements émanant des autorités locales. Je regrette de ne pas en avoir la liste sous la main, mais nous constituons réellement un organisme de coordination. Les associations provinciales existent dans les provinces en vertu des différentes lois relatives aux pharmacies. Notre association groupe des organismes reconnus par les lois provinciales. Les membres de ces organismes font donc partie de notre association en vertu de la loi.

D. Le comité des intérêts commerciaux est-il un organisme de votre association?—R. Oui.

D. Exerce-t-il son activité au sein de votre organisme?—R. Oui.

D. J'aurai quelque chose à dire par la suite à son sujet. Mais venons-en au problème du volume et de la distribution. Pourriez-vous me dire quel a été le total des ventes, aux consommateurs, au cours de l'année 1950, de produits dont s'occupe votre organisation commerciale?—R. Je crois que le chiffre figure dans notre mémoire. Il est d'environ 229 millions de dollars.

D. Pourriez-vous décomposer ce total des ventes en deux catégories, à savoir les ventes faites par les pharmaciens indépendants d'une part et les ventes effectuées par les magasins à succursales et à rayons, d'autre part?—R. Je ne dispose pas des chiffres exacts mais je suis persuadé qu'on peut les obtenir au Bureau de la statistique.

D. Pourriez-vous, en vous fondant sur les connaissances que vous avez des activités de l'association, nous dire comment se décompose le total des ventes?—R. Je pense que les magasins à succursales et à rayons font peut-être 25 p. 100 des ventes, mais je n'en suis pas sûr.

D. Les pharmaciens indépendants feraient donc 75 p. 100 des ventes?—R. Oui.

D. Pourriez-vous, dans l'intérêt du comité, ventiler ce total des ventes d'après les catégories d'articles vendus: spécialités, ordonnances, cosmétiques et journaux?—R. Nous disons que 22 p. 100 des ventes ont trait aux ordonnances. Je n'ai pas d'autres chiffres. Les ventes effectuées aux comptoirs des journaux et des périodiques sont insignifiantes.

D. Et les cosmétiques?—R. Je n'ai qu'une très faible idée, peut-être 15 p. 100.

D. Les spécialités pharmaceutiques représenteraient donc le reste?—R. C'est qu'il y a les divers: le tabac, la crème glacée, etc...

D. J'espérais qu'elles seraient comprises dans la catégorie des comptoirs de journaux. Appelons cette catégorie "divers". Quel en est le pourcentage? —R. Dix p. 100 peut-être.

M. FLEMING: Cela comprend-il le comptoir des repas légers?

M. Fulton:

D. Pourriez-vous répéter ces chiffres afin que nous puissions en prendre note?—R. Je n'ai pas de chiffres. Je m'en rapporte à ma propre pharmacie —naturellement je le dis en toute humilité—je n'ai pas vendu de journaux ni d'autres choses de ce genre. Je dirigeais ce qu'on appelle une pharmacie et les journaux ne sont pas ma spécialité.

M. Phelan:

D. Selon votre expérience, vous estimez que les ventes d'articles divers se montent à 10 p. 100, les ventes de cosmétiques à 15 p. 100 et les ventes en vertu d'ordonnances à 22 p. 100?—R. C'est exact.

D. J'imagine donc que les autres 53 p. 100 s'appliquent aux spécialités pharmaceutiques?—R. Je n'en suis pas très sûr; cette question me prend au dépourvu, mais je ne crois pas que la vente des spécialités pharmaceutiques soit aussi importante.

D. Vous ne croyez pas que la vente des spécialités soit aussi importante? —R. Non, je crois que les articles à prix fixés faisant l'objet d'une publicité à travers tout le pays constitueraient environ 50 p. 100 des ventes, mais cela comprendrait une grande quantité de cosmétiques. Je dirais probablement que les spécialités constituent 35 p. 100 des ventes. Je ne pense pas que les articles divers ne constituent que 10 p. 100 des ventes car ces articles sont nombreux —il y a les appareils photographiques, leurs accessoires, et d'autres articles— et dans la classification que vous faites il y a lieu de leur attribuer un pourcentage bien supérieur à 10 p. 100. Ce pourcentage pourrait aller jusqu'à 20 ou 25 p. 100. Je crois que les spécialités pourraient constituer environ 35 p. 100 des ventes. Il me semble que la proportion est trop élevée en ce qui concerne les médicaments brevetés. Je crois qu'il faut le limiter à 25 p. 100. C'est ainsi que nous estimons les ventes des spécialités.

D. Vous accordez donc 25 p. 100 aux spécialités et 22 p. 100 aux ordonnances.—R. Cela fait 47 p. 100.

D. Dix p. 100 aux articles divers, cela fait 57 p. 100—les cosmétiques 15 p. 100....—R. Je mettrais 20 p. 100 pour les articles divers et le reste pour les cosmétiques.

D. 25, 22 et 20—et combien pour les cosmétiques?—R. Le reste.

D. Le reste de quoi?—R. Le reste du tout.

D. Et quelle proportion accordez-vous aux articles dont les prix sont fixés, la moitié du total des ventes?—R. J'ai tendance à croire que 50 p. 100 des ventes totales concernent des articles de cette catégorie.

D. Vous parlez du total des prix et non de la quantité des articles?— R. Je parle du total des prix.

D. Le total des prix serait de 50 p. 100?—R. La quantité de ces articles serait très faible, 10 p. 100 ou moins encore.

D. Quant à la quantité, ces articles constitueraient 10 p. 100 du total et quant aux prix, 50 p. 100?—R. Je crois que ce sont là à peu près les proportions.

D. Le commerce pharmaceutique comprend-il des fabricants, des grossistes et des commerçants?—R. Certainement, des fabricants, des grossistes et des commerçants.

D. Y a-t-il des fabricants-revendeurs de produits pharmaceutiques?— R. Ils font partie de cette industrie.

D. Fabricants-revendeurs, c'est-à-dire ceux qui s'occupent eux-mêmes de la vente de leurs produits aux détaillants.—R. Je ne comprends pas très bien votre question?

D. Les fabricants vendent-ils directement ou au moyen d'intermédiaires? —R. Des deux façons.

D. Quel est le pourcentage des produits vendus directement et celui des produits vendus aux intermédiaires?—R. Je n'en ai aucune idée.

D. Pourriez-vous dire au comité quelle est la marge de bénéfices accordée généralement ou régulièrement à l'intermédiaire et au détaillant par les fabricants?—R. Je crois que la marge du revendeur est d'environ 15 p. 100.

D. Et le commerçant?—R. Nous essayons d'obtenir une moyenne de 33⅓ p. 100.

D. Une moyenne de 33⅓ p. 100 pour le commerçant?

Le PRÉSIDENT: Du prix d'achat ou du prix de vente?

Le TÉMOIN: Du prix de vente.

M. Phelan:

D. Tous ces pourcentages sont fondés sur le prix de vente?—R. Oui, sur le prix de vente.

D. Un tiers pour le commerçant, 15 p. 100 pour le grossiste et savez-vous ce que le fabricant obtient de façon générale?—R. Je n'en ai aucune idée.

D. Quels services procurez-vous pour le pourcentage que vous obtenez?—R. Un service de vente complet.

D. Revenons pour quelques instants à la question de la fixatiòn des prix de détail. Pourriez-vous définir à nouveau cette pratique et nous dire ce que vous entendez par là?

M. FULTON: Je m'excuse de soulever un point technique mais je crois qu'il pourrait se produire de la confusion dans les archives sinon dans les esprits par suite de l'emploi de certains termes. Je crois que nous devons uniformiser les termes que nous employons. Il me semble que M. Phelan emploie l'expression fixation des prix de détail. N'est-il pas question de la fixation des prix de revente?

M. PHELAN: Je vous remercie. C'est la fixation des prix de revente.

M. FLEMING: Il y avait une autre raison hier. Nous ne parlions pas du tout de la vente au détail.

M. PHELAN: J'ai tout à fait tort. On doit dire fixation des prix de revente et non fixation des prix de détail.

Le TÉMOIN: "Définitions courantes de la fixation des prix de revente:

La fixation des prix de revente 'est un moyen qu'utilise le fabricant pour essayer de maintenir à un niveau fixé par lui le prix que réclament pour ses produits les détaillants et les autres distributeurs.'

'...la fixation des prix de revente—par laquelle le fabricant ou le propriétaire d'un produit de marque peut fixer un prix minimum au-dessous duquel les distributeurs ne peuvent pas revendre le produit.'

'...régime des prix sous l'empire duquel le fabricant d'un produit de marque fixe le prix (ou le prix minimum) auquel ce produit doit être revendu au consommateur.' "

M. Phelan:

D. Dans la mesure où cette pratique est appliquée dans votre commerce, existe-t-il des méthodes ou des sanctions au moyen desquelles elle est mise en vigueur?—R. Non, monsieur, pas à ma connaissance.

D. Un commerçant peut-il impunément ne pas tenir compte du prix fixé par le fabricant? Que se passe-t-il si un commerçant décide de ne pas tenir compte du prix imposé par le fabricant? Est-il entièrement libre de le faire?—R. Le détaillant est-il entièrement libre de ne pas tenir compte de la fixation des prix?

D. Oui?—R. Il peut certainement ne pas en tenir compte.

D. Est-il entièrement libre de le faire? Je vais m'exprimer autrement. Est-il entièrement libre d'y passer outre?—R. Oui je le pense.

D. Et que lui arrivera-t-il s'il le fait?—R. Je me souviens de deux cas qui se sont produits au cours du demi-siècle dernier, au Canada, où des détaillants ont refusé, si c'est cela ce que vous voulez dire; ils ont passé outre aux prix de revente fixés et le fabricant a cessé de les approvisionner. Le cas le plus récent naturellement, celui que connaissent certainement les membres du comité, est le cas de la Pharmacie Montréal, qui a tenté d'obtenir un arrêt de suspension contre la société Charles E. Frost; toutefois le juge a rejeté sa requête.

D. S'il devenait courant d'enfreindre la fixation des prix de revente, pensez-vous que des sanctions semblables seraient appliquées, c'est-à-dire que le fabricant cesserait d'approvisionner le commerçant?—R. Je le crois.

D. Alors je ne suis pas certain que vous ayez donné une réponse satisfaisante à ma question. Je voudrais savoir dans quelle proportion les articles que vous vendez sont assujettis à la fixation des prix de revente?—R. Environ la moitié, je crois, quant au volume.

D. Connaissez-vous le *Canadian Pharmaceutical Journal*?—R. Oui, monsieur.

D. Votre association a-t-elle quelque chose à voir avec cette publication?—R. Oui, nous la publions.

D. Dans la livraison datée du 1er novembre 1951, on lit ceci:

> Depuis la publication du discours du trône et à mesure que se multipliaient les nouvelles de presse, tous les pharmaciens du pays ont pu mesurer les effets désastreux qu'aurait pour eux toute mesure en ce sens, plus des six dixièmes de leur chiffre d'affaires provenant de la vente de produits à prix imposés.

Ainsi, plus de 60 p. 100 du chiffre d'affaires des pharmaciens concerne des articles dont le prix est fixé?—R. J'ai dit 50 p. 100, l'article dit 60 p. 100. Je n'étais tout de même pas très loin. Je ne dispose pas de chiffres en ce moment.

D. A la page 4 de votre mémoire, je relève un passage qui indique combien cette pratique est courante:

> A notre avis, le régime de la fixation des prix de revente est si intimement lié à notre économie qu'il faut éviter de mettre trop de hâte à déclarer la pratique illégale, de procéder sans avoir fait d'abord une étude scientifique de la question.

Cela est-il exact?—R. Cela est exact.

D. Vous avez déjà expliqué, lors de votre premier exposé, le but de cette pratique: elle consiste, selon vous, à mettre le commerçant à l'abri des pratiques déloyales auxquelles ont recours les grosses entreprises?—R. Oui.

D. La protection du fabricant serait donc l'un des buts fondamentaux du recours à cette pratique?—R. Oui.

D. Ainsi que celle du commerçant? Si elle vise à combattre la concurrence déloyale et les pratiques injustes et si ces dernières doivent être corrigées, qui donc, à votre avis, dans l'intérêt du peuple canadien tout entier, doit prendre les mesures qui s'imposent, les commerçants ou le parlement du peuple?—R. Je suis Canadien et je crois à la démocratie; je crois donc aussi au gouvernement, mais je dois ajouter que ce serait une bonne chose si le gouvernement créait une commission du loyal commerce. Alors si le Gouvernement ou les consommateurs estimaient que tel ou tel prix est beaucoup trop élevé, on atteint un niveau injustifié, ils pourraient soumettre le cas à la commission ainsi créée; ce serait là une excellente façon de mettre en application la loi sur les prix minima.

D. Souscrivez-vous au principe que j'ai énoncé, à savoir que s'il existe de mauvaises pratiques ou de mauvaises conditions commerciales ce n'est pas aux commerçants eux-mêmes à y remédier? Êtes-vous d'accord avec ce principe?—R. Oui, je pense que je serai d'accord car, comme je l'ai déjà dit, je crois en notre régime. Somme toute, le Gouvernement c'est le peuple.

D. Vous avez dit au Comité qu'une agence d'intérêts commerciaux fait partie de votre association. Quelle est la fonction de cet organisme?—R. La fonction de l'agence des intérêts commerciaux est d'essayer d'apprendre à nos membres à être des vendeurs et des gérants à la hauteur, à maintenir propres leurs magasins et à les moderniser. En somme, elle leur apprend à être modernes, elle leur enseigne des méthodes de vente modernes afin qu'ils soient en meilleure posture pour tenir tête à tous leurs concurrents, particulièrement maintenant où les épiceries à succursales mutiples commencent à vendre un grand nombre de produits pharmaceutiques; nous essayons de faire comprendre à nos pharmaciens que s'ils veulent faire face à cette concurrence, ils doivent avoir recours aux méthodes les plus modernes.

D. Je constate que vous n'avez parlé dans le relevé d'aucune initiative à l'égard des prix. L'organisme s'occupe-t-il des prix?—R. Non, il ne s'en occupe pas.

D. Non?—R. Non.

D. L'organisme est-il intervenu de quelque façon en vue d'établir une plus grande marge pour les vendeurs?—R. Non, pas en tant qu'organisme.

D. Pas en tant qu'organisme. Pourquoi cette réserve?—R. C'est que dans le cas d'un produit mis en vente à un prix qui ne laisse au vendeur qu'une très petite marge de bénéfice, une marge qui ne lui permet pas de vivre, l'association pourrait faire remarquer au fabricant que s'il désire s'assurer la collaboration du détaillant il a intérêt à lui accorder une marge de bénéfices qui lui permette de vivre.

D. Je ne songe probablement pas au bon comité de votre association. Et le Canadian Pharmaceutical Council, de qui est-il formé?—R. Le Pharmaceutical Association Council est constitué par les représentants des organismes provinciaux reconnus. Ils sont nommés par ces organismes.

D. Le Conseil a-t-il à s'occuper des prix?—R. Non.

D. J'ai ici un article tiré du *Western Druggist* d'août 1950; partagez-vous les avis qui y sont exprimés? On y déclare que la création par le Canadian Pharmaceutical Council d'un comité consultatif des ventes destiné à assister le directeur général est une mesure qui semble très judicieuse.

> "La création par le Canadian Pharmaceutical Association Council, lors des réunions tenues à Saskatoon en août dernier, d'un comité consultatif des ventes rattaché au bureau du directeur général du Comité des intérêts commerciaux s'est révélée une mesure très judicieuse."

On y déclare encore:

> "L'augmentation de la marge de bénéfice sur le liniment Minards et le Bromo-Seltzer annoncée ce mois-ci est un exemple concret des avantages financiers directs que nous procurons à nos membres et elle démontre combien sont efficaces les travaux du Comité des intérêts commerciaux.

D. Puis-je vous relire cela:

> "L'augmentation de la marge de bénéfice sur le liniment Minards et le Bromo-Seltzer annoncée ce mois-ci est un exemple concret des avantages financiers directs que nous procurons à nos membres et elle démontre combien sont efficaces les travaux du Comité des intérêts commerciaux.

Cela concorde-t-il avec ce que vous avez dit au comité?—R. Oui. Je vous ai dit que si les fabricants n'accordent pas une marge de bénéfice suffisante pour que les détaillants puissent vivre, nous leur demandons de majorer cette marge.

D. Je croyais que vous aviez dit il y a quelques instants que le Comité des intérêts commerciaux ne s'occupait pas du régime des prix?—R. Elle ne s'occupe pas du régime des prix.

D. Ni des marges de bénéfices sur les prix, avez-vous dit?—R. Non je n'ai pas dit cela. J'ai dit tout à l'heure qu'elle s'en occupait.

D. Je n'avais pas compris cela, car lorsque je vous ai demandé d'indiquer le rôle de cet organisme, vous avez, je crois, parlé de tout sauf des prix.—R. Je crois que j'ai répondu à votre question.

D. Est-il exact que cette association voit, entre autres initiatives, à majorer les marges de bénéfices des vendeurs?—R. Non, je ne dirai pas cela.

D. Et bien alors que pensez-vous de l'article que je vous ai lu?—R. Nous estimons qu'il est sage pour le fabricant d'accorder une marge suffisante de bénéfices s'il veut s'assurer la collaboration du vendeur.

D. Nous en avons un exemple concret dans cet article. L'article est-il exact? Le Comité des intérêts commerciaux n'a-t-elle rien à voir avec ces augmentations de la marge des bénéfices?

M. MacInnis: On va finir par prétendre qu'il existe des syndicats que la question des salaires n'intéresse pas.

M. Phelan:

D. L'augmentation des marges de bénéfices influe-t-elle sur le prix imposé aux consommateurs?—R. Oui, ce prix s'en trouve accru.

D. Ces augmentations influent sur les prix imposés aux consommateurs. Nous savons donc au moins cela.—R. Pas dans tous les cas. Quelquefois le fabricant réduit ce prix au lieu de l'augmenter.

D. Je dispose d'autres données que vous allez peut-être reconnaître. Le *Canadian Pharmaceutical Journal* est publié par votre association?—R. C'est exact.

D. Dans le numéro du 15 septembre 1951 on lit ce qui suit:

> "Étude des plaintes au sujet des diminutions de prix. Le cas n° 1 provient de la Saskatchewan Retail Druggists Association, qui se plaint de ce qu'une maison de vente au détail de produits pharmaceutiques, de Winnipeg, ait vendu ses produits directement aux médecins de la Saskatchewan avec la même remise qu'aux pharmacies au détail. La plainte portait sur une des catégories de produits d'un certain fabricant et cette façon de vendre aux médecins était contraire à la ligne de conduite adoptée par ce fabricant.
>
> "Le fabricant a pleinement collaboré avec nous pour corriger la situation. Profitant d'un séjour à Winnipeg nous avons saisi de la plainte cette société de vente au détail de produits pharmaceutiques qui nous a assuré que sa façon de vendre ne donnerait plus lieu à des plaintes."

Est-ce là un compte rendu fidèle de ce qui s'est passé?—R. Je ne me souviens pas de l'incident.

D. Il n'y a pourtant pas si longtemps qu'il s'est produit. C'est pendant la période où vous fûtes secrétaire-directeur, en septembre 1951. Mettriez-vous le moindrement en doute la fidélité du compte rendu, voire l'existence de l'incident?—R. Je ne peux pas mettre en doute ce qui figure dans notre publication.

D. On peut donc assumer que le cas est exact?—R. Oui.

D. Très bien. C'est le cas nº 1.

"Cas nº 2—Il provient de la Manitoba Retail Druggists Association, et il concerne les débouchés de vente au détail, dont un important détaillant de Winnipeg qui n'a pas tenu compte des nouveaux prix minima proposés. L'association des pharmaciens de détail du Manitoba a étudié ce problème avec soin, particulièrement sur le plan local. Nous avons collaboré avec elle en communicant promptement avec les fabricants dont les produits étaient en cause.

"Nous avons aux dossiers les réponses des fabricants auxquels nous avons écrit. Ils nous disent qu'ils ont réussi à établir pour leurs produits des prix minima à Winnipeg. H. Howard Brown peut certainement nous dire si ces déclarations des fabricants sont exactes." Est-ce qu'à votre connaissance ce compte rendu est conforme aux faits?—R. Oui et je peux le compléter en disant qu'en vertu de la fixation des prix c'est une infraction; voilà pourquoi nous nous y opposons.

D. C'est pourquoi vous vous y opposez?—R. Ce détaillant vendait certains produits au-dessous du prix minimum.

D. Vous avez donc recours aux pratiques ordinaires des associations pour faire respecter les prix minimums?—R. Nous en référons...

D. Je vous demande si c'était là la pratique?—R. Non, nous en référions au fabricant.

D. Non seulement vous en référez au fabricant, mais vous exercez une forte pression sur lui?—R. Non, nous lui demandons...

D. Vous lui demandez quoi?—R. Nous y attirons son attention.

D. Au nom de 4,200 membres?—R. Oui.

D. Cela fait un bien grand nombre de demandes faites au pauvre fabricant? —R. C'est le fabricant qui a fixé les prix le premier.

D. Bon c'est le fabricant qui fixe les prix le premier mais on fait pression sur lui pour qu'il modifie le minimum qu'il a fixé.—R. Non s'il refuse, nous nous bornons à y appeler son attention.

D. Vous vous bornez à quoi?—R. A attirer son attention sur le fait que quelqu'un a vendu à un prix inférieur au prix qu'il a fixé.

D. Vous avez attiré son attention dans ce cas en faisant pression sur lui. A-t-il remédié à la situation?—R. Je ne me souviens pas de ce cas particulier.

D. Vous vous en souviendriez certainement s'il y avait remédié. Diriez-vous alors que le fabricant a remédié à la situation grâce à la demande conjuguée de tous vos membres?—R. Je pense que oui.

D. Voici le cas nº 3 qui est d'un genre quelque peu différent.

"Le cas nº 3 est une plainte en provenance des Associated Pharmacies de Saint-Jean (Nouveau-Brunswick) contre la Nestle's Food Co. qui ne stabilise pas ses prix et qui vend le Lactogen à des prix très réduits au moyen de catalogues de commandes postales et par l'intermédiaire de bureaux de commandes postales.

Nous avons rencontré trois fois M. Grout, de la Nestle's Co. Il s'est refusé jusqu'ici à stabiliser les prix de détail du Lactogen. Tout ce que nous avons pu obtenir de lui c'est une promesse que son entreprise fera tout son possible pour que les prix indiqués sur les catalogues de commande postale soient relevés au niveau des prix réguliers."

Voici un cas où les voix conjuguées de 4,200 membres font pression sur un fabricant pour qu'il se joigne au groupe de ceux qui pratiquent la fixation des prix de revente?—R. Il n'y a là aucune pression à mon sens.

D. Quel est donc l'objet des démarches si ce n'est d'amener à la fixation des prix de revente un fabricant qui ne l'applique pas?—R. Je ne crois pas qu'une pression ait été exercée. On lui a peut-être donné à entendre que ce serait dans son intérêt.

D. Que ce serait dans son intérêt de faire quoi? De se joindre au groupe de la fixation des prix de revente?—R. Exactement.

D. Au groupe de ceux qui procèdent à la fixation des prix de revente?—R. Exactement.

D. Voyons maintenant s'il existe d'autres cas. J'ai sous les yeux le *Western Druggist*. Nous avons déjà mentionné cette publication. Nous l'avons identifiée. Il s'agit du numéro de juillet 1947.

Le PRÉSIDENT: Je ne pense pas que nous ayons identifié le *Western Druggist*.

M. PHELAN: Si, le *Western Druggist* est la première publication que j'ai mentionnée.

M. Phelan:

D. Et le *Western Druggist*? Quel rapport a-t-il avec votre association?—R. Il n'a rien à voir avec notre association. C'est un journal commercial. Il intéresse les quatre provinces de l'Ouest, mais officiellement il n'a rien à voir avec notre association.

D. Il est assez précis quant au compte rendu de vos initiatives?—R. C'est très normal.

D. Nous avons déjà parlé de cette activité dans les provinces de l'Ouest. C'est ainsi qu'en 1950 le Comité des intérêts commerciaux a pris des mesures pour faire augmenter la marge des bénéfices. Je vous ai déjà lu le passage. —R. C'est vrai.

D. Nous avons un autre cas. Il s'agit, dans le numéro de juillet 1947, d'une "deuxième session". Il semble que ce soit le compte rendu d'un congrès de quelque association. De laquelle s'agit-il à cette date?

> Le président a déclaré qu'il avait déjà protesté au sujet des catalogues. Il a dit que cela avait été porté à l'attention de l'association canadienne.

De quel président s'agit-il?—R. De celui de l'association de la Colombie-Britannique.

D. De la Colombie-Britannique; bien.—R. Ou de quelque association de l'Ouest.

D. Le président de l'association de la Colombie-Britannique déclare:

> Après avoir examiné une résolution adoptée à une réunion antérieure, le Conseil s'était mis en rapport avec la Canadian Pharmaceutical Association par suite du désir des détaillants de la Colombie-Britannique de réaliser un bénéfice uniforme de 40 p. 100 sur les produits pharmaceutiques.

Que savez-vous des négociations que vous avez eues avec l'association de la Colombie-Britannique au sujet de la fixation d'une marge de bénéfice de 40 p. 100 à l'égard des produits pharmaceutiques?—R. Aucune négociations de ce genre n'a eu lieu.

D. Je vais simplement poser ma question un peu différemment. Le président a dit que les rapports relatifs au désir exprimé en Colombie-Britannique, —ou plutôt il a dit que l'association s'est mise en relation avec la Canadian Pharmaceutical Association au sujet du désir de ses membres d'obtenir une marge uniforme de 40 p. 100. Quels ont été les rapports? Parlez-nous en? A titre de secrétaire-général de la Canadian Pharmaceutical Association et vous en savez sûrement quelque chose?—R. Je pense que les membres de l'association de la Colombie-Britannique ont tenu une réunion et certains d'entre eux ont demandé que les détaillants jouissent d'une marge de bénéfice de 40 p. 100 en ce qui concerne les produits pharmaceutiques.

D. Oui?—R. Je présume donc que le gérant de cette association a envoyé une lettre pour nous dire...

D. Non, pas de lettre.—R. ...que certains membres de son association ont fait savoir qu'il leur fallait une marge de bénéfice de 40 p. 100.

D. Non ce n'est pas tout à fait cela. Il déclare qu'il est entré en rapport avec votre association?—R. Oui il a écrit.

D. Bon, peut-être bien qu'il a écrit. Quelles mesures, à votre connaissance, votre association a-t-elle prises à propos de cette affaire?—R. Je ne me souviens pas de ce qui s'est passé en 1947. Je répète que lorsque nous nous occupons de la mise sur le marché de nouveaux produits nous insistons auprès du fabricant pour qu'il accorde à nos membres une marge qui leur permette de vivre.

D. Monsieur Preston, veuillez s'il vous plaît vous en tenir à ma question. Connaissez-vous des faits ou avez-vous des souvenirs au sujet de ce contrat?—R. Non.

D. Vous ne savez rien des négociations qui ont eu lieu entre votre association et l'association du Manitoba en vue d'obtenir ces 40 p. 100?

Le PRÉSIDENT: L'association de la Colombie-Britannique.

M. Phelan:

D. ...et l'association de la Colombie-Britannique en vue d'obtenir ces 40 p. 100. Vous en souvenez-vous?—R. Pas du tout.

D. Lisons la suite: "Après de longues négociations, il a été proposé et appuyé que la British Columbia Pharmaceutical Association et la Canadian Pharmaceutical Association poursuivent leurs efforts en vue d'assurer une marge de 40 p. 100 sur la vente des produits pharmaceutiques, et qu'elles insistent auprès des fabricants afin qu'ils suppriment la pratique des doubles prix."

Cela ne vous rappelle-t-il rien?—R. Nous avons toujours insisté auprès des fabricants de produits pharmaceutiques afin qu'ils nous accordent une marge de bénéfice qui nous permette de vivre.

D. Cela ne constitue pas une réponse à la question principale "efforts en vue d'assurer une marge de 40 p. 100". Avez-vous participé à ces efforts en tant qu'association?—R. Oui, en tant qu'association.

M. Thatcher:

D. Les 40 p. 100 s'appliquent-ils au prix de vente?—R. 40 p. 100 du prix de vente.

D. Ou 66⅔ p. 100 du prix d'achat?—R. Toutes mes réponses concernent le prix de vente.

M. Phelan:

D. J'ai en mains le *Western Druggist* d'octobre 1950. Il y a eu une réunion à Saint-Jean. S'agit-il d'une association provinciale ou de l'association nationale?—R. Notre congrès a eu lieu à Saint-Jean en septembre 1950.

D. En 1950. Voici un compte rendu du congrès qui a eu lieu à Saint-Jean en 1950:

> "Entre autres résolutions importantes, il y a lieu de mentionner l'adoption d'une résolution priant le Comité des intérêts commerciaux..."

Je crois que nous avons déjà parlé de cet organisme, n'est-ce pas?—R. C'est exact.

> D. "...de se mettre en rapport avec tous les fabricants en vue de la majoration des bénéfices nets, et d'une autre résolution priant ce comité de chercher à obtenir une augmentation du pourcentage des bénéfices bruts sur les cosmétiques et les spécialités."

Cela décrit-il fidèlement l'une des décisions prises à votre congrès de Saint-Jean?—R. Oui et je répète que nous voulons une marge de bénéfice qui nous permette de vivre.

D. S'il vous plaît, le compte rendu est-il fidèle?—R. Oui, il est fidèle.

M. FULTON: Il avait déjà dit oui.

M. Phelan:

D. J'ai ici le *Canadian Pharmaceutical Journal* de mai 1949; il s'agit probablement d'un éditorial car l'article est intitulé: "Écho du secrétariat"... R. C'est moi qui ai écrit cela.

D. Vous avez écrit cela?—R. Si c'est intitulé "Écho du secrétariat".

D. C'est bien intitulé: "Écho du secrétariat". Je vais vous le lire:

> "Si, lorsqu'il établit les conditions de vente de ses produits, le fabricant ou l'agent du fabricant omet d'assurer une marge de bénéfice suffisante pour ceux qui font les ventes de détail, il peut difficilement s'attendre à ce que le détaillant soit actif et intéressé à la vente de ses produits."—R. J'en suis convaincu.
>
> D. "De même le fabricant ou le distributeur qui a bénéficié de la confiance et de la collaboration du pharmacien au détail, qui l'a aidé, pour commencer, à vendre ses produits et qui tout d'un coup renie ses premières amours et cherche à attirer l'affection et la loyauté d'un autre genre de débouchés de détail pour ses produits ne doit pas s'étonner si le pharmacien met en doute non seulement le jugement du fabricant mais aussi la sincérité de ses promesses et de ses engagements passés. Dans une situation semblable il est naturel que le détaillant reste fidèle à ceux qui par leurs actions plus encore que par leurs paroles lui sont restés fidèles."

J'imagine que vous avez écrit cela non en tant que pharmacien détaillant mais en tant que secrétaire d'une association de 4,200 pharmaciens?—R. Exact.

D. C'est bien.—R. Cela a été écrit lorsque...

D. Cela a...

M. FULTON: J'aimerais entendre le témoin achever sa réponse à la dernière question.

M. PHELAN: Je vous demande pardon.

Le TÉMOIN: Cela a été écrit lorsque les grandes épiceries à succursales multiples ont commencé à vendre ce qui était considéré autrefois comme des produits pharmaceutiques. C'est contre cette pratique que cela a été écrit. Nous pensons que si un fabricant, qui nous a vendu ses produits et avec lequel nous avons largement collaboré pour vendre ses produits directement aux consommateurs, décide de nous abandonner et d'aller faire la cour aux grandes épiceries à succursales multiples, comme je suis un canadien de la troisième génération, je crois que j'ai le droit d'arrêter de vendre ses produits.

C'est la raison pour laquelle cet article a été écrit. Cet article était dirigé contre cette pratique.

M. Phelan:

D. L'activité de l'association m'intéresse plus que le point de vue d'un particulier.—R. Oui, je dis que dans cet éditorial j'ai essayé de pousser nos membres à faire ce que je ferais en tant que pharmacien détaillant.

D. Et je constate ici que vous dites au commerçant, au nom de l'association: "que c'est simplement le bon sens qui doit lui faire se procurer ses approvisionnements auprès du fabricant dont la ligne de conduite est de faire tout son possible pour susciter la bonne volonté et les efforts du pharmacien et pour consolider ses affaires."—R. Oui, monsieur. Tout vrai Canadien aurait dit la même chose.

L'hon. M. GARSON: Particulièrement si 4,000 autres avaient été de son avis?

Le TÉMOIN: Oui, monsieur, tous de bons Canadiens.

M. Phelan:

D. Je remarque encore une ou deux choses. J'aurai ensuite terminé cette question. J'ai déjà pris plus de temps que je voulais.

Ai-je tort de dire, à la lumière des documents que j'ai lus, que votre association a fait un effort concerté en vue de maintenir des prix élevés?—R. Notre association a fait un effort concerté en vue de maintenir les prix à un niveau qui nous permette d'obtenir une marge raisonnable de bénéfices.

D. Si, à votre avis, il a été nécessaire de fixer une marge raisonnable de bénéfices, la conclusion serait qu'il fallait maintenir des prix élevés?—R. C'est la fixation des prix.

D. C'est la fixation des prix?

M. THATCHER: A maintenir des prix élevés?

M. BEAUDRY: Trève d'interruptions!

Le PRÉSIDENT: Vous pouvez répéter votre réponse si vous croyez qu'on l'a mal comprise.

Le TÉMOIN: Non.

M. Beaudry:

D. Je n'ai pas l'honneur d'avoir bien compris votre nom?—R. Preston.

D. Monsieur Preston, si je comprends bien,—je vais vous le demander et vous pourrez me répondre par oui ou non,—votre association est un organisme fermé comme l'Association du Barreau canadien ou l'Association canadienne des médecins, n'est-ce pas?—R. Oui, monsieur, je pense que c'est cela, bien que je ne connaisse pas très bien ces organismes.

D. Je vais expliquer ce que je veux dire. Les membres de votre association doivent répondre à des conditions bien définies avant de pouvoir s'établir dans le commerce que vous représentez en tant qu'association, ou avant qu'ils puissent devenir membres de votre association? Oui ou non?—R. Pharmaciens diplômés.

D. Pharmaciens diplômés; et considérez-vous que les membres de votre association sont des vendeurs d'articles ou des fournisseurs de services ou un mélange des deux?—R. C'est un mélange; nous insistons sur le service.

D. Vous insistez sur le service; par conséquent quand nous avons affaire avec un pharmacien ou un groupe de pharmaciens, notre comité ne devrait-il pas, à votre avis, considérer votre profession comme un ensemble de ventes et de services pour ce qui est des produits pharmaceutiques?—R. Les pharmaciens au détail doivent être considérés à la fois comme des professionnels et comme des commerçants, car ils sont les deux.

D. Je vous remercie.—R. Il est très difficile de fixer une limite entre les deux attributions et de dire où finissent les services professionnels et où commencent les responsabilités commerciales. Les deux attributions se chevauchent.

D. La situation du pharmacien au détail moyen est-elle différente de celle d'un médecin et particulièrement d'un médecin de campagne qui vend ou revend des spécialités pharmaceutiques?—R. Non, pas du tout.

D. Je serais reconnaissant au conseiller de me passer les documents qu'il a cités.

M. PHELAN: Je regrette, mais le sténographe vient de les emporter. Cependant je vais vous les faire parvenir.

Le PRÉSIDENT: A cet égard et si l'on veut être juste, j'espère que les membres du comité se rendent compte que nombreux sont ceux qui désirent prendre la parole. J'ai déjà une liste de sept membres. Ceux qui prennent la parole pourraient peut-être ne pas poser toutes leurs questions la première fois; ils pourraient plutôt en poser quelques-unes et y revenir par la suite.

M. BEAUDRY: Oui, monsieur le président, mais je me demande si vous pourriez m'autoriser à préciser un point?

Le PRÉSIDENT: Certainement.

M. Beaudry:

D. Vous avez dit que vos sources de revenus proviennent de diverses catégories d'articles. Je me demande si vous voudriez avoir l'amabilité de dire au comité comment vous répartissez les différentes catégories de produits qui sont gories d'articles. Je me demande si vous voudriez avoir l'amabilité de dire au comité comment vous répartissez les différentes catégories de produits qui sont normalement vendus dans une pharmacie. J'imagine que votre classification pourrait comprendre les cosmétiques, les spécialités, les ordonnances, le comptoir de journaux, le tabac, les chocolats, les articles de beauté et différents genres de médicaments brevetés. Il est possible que certains de ces articles soient classés dans une seule catégorie d'après la classification propre à votre commerce. Je me demande donc si vous pourriez avoir l'amabilité de nous faire connaître vos catégories.—R. Je dirais les ordonnances, les articles de toilette, c'est-à-dire les cosmétiques.

D. Appelez-vous ces articles cosmétiques ou articles de toilette?—R. Cosmétiques; cela comprend la pâte dentifrice, les préparations pour les cheveux, les articles de beauté et les choses de ce genre. Il y a ensuite les médicaments brevetés. Certaines pharmacies font de grosses affaires avec les accessoires d'appareils photographiques. Ces accessoires font partie de la catégorie des divers. Les articles pour chambres de malades en font également partie, ainsi que des choses comme les revues, les journaux, et les bonbons.

D. Dans quelle catégorie doit-on classer les savons?—R. Ils feraient partie des cosmétiques.

D. Et les spécialités ne les avez-vous pas oubliées?—R. Les spécialités? Je pense que cela comprend également les médicaments brevetés. Cela, voyez-vous, découle de la loi des spécialités pharmaceutiques ou des médicaments brevetés.

D. En ce qui concerne toutes ces catégories pourriez-vous nous dire s'il y a fixation des prix ou si dans chacune d'elles certains articles sont assujettis à la fixation des prix et d'autres ne le sont pas?—R. Certains le sont et d'autres ne le sont pas.

D. Est-ce là une réponse générale relative à toutes les catégories et pour être plus exact, par exemple, dans un comptoir de journaux, les revues et les journaux seraient tous naturellement assujettis à la fixation des prix, n'est-ce pas?—R. C'est exact; les prix de toutes ces choses seraient fixés.

D. Les chocolats feraient-ils partie de la même catégorie et tous leurs prix seraient-ils fixés?—R. Non, les chocolats dont les prix sont fixés sont ceux des grands fabricants reconnus.

D. Sans vouloir essayer de vous fournir une réponse, pourriez-vous me dire, s'il vous plaît, si l'une quelconque de ces catégories—si dans presque toutes les catégories d'articles il y a une partie des articles dont le prix est fixé et une partie dont le prix n'est pas fixé?—R. Oui, dans toutes les catégories.

D. Vous dites dans toutes les catégories, est-ce là une déclaration exacte?—R. Oui, cela est parfaitement exact.

D. Voulez-vous nous dire, s'il vous plaît, si les gens qui viennent dans votre magasin pour vous vendre de la marchandise—mais soyons plus précis: les représentants qui passent vous voir se divisent-ils en deux groupes, d'une part les fabricants et les représentants attitrés de fabricants et d'autre part les revendeurs qui ne représenteraient pas seulement un fabricant mais qui vendraient des marchandises en provenance d'un grand nombre de fabricants? Répondez à ma première question. Recevez-vous la visite de vendeurs ou de représentants attitrés de fabricants?—R. Oui, monsieur.

D. Des revendeurs passent-ils vous voir pour vous vendre des marchandises qui sont fabriquées par diverses maisons?—R. Oui.

D. D'autres catégories de vendeurs font-ils de la représentation chez vous? —R. Il y a le fabricant de produits pharmaceutiques, et il y a le grossiste. Cela ne fait que deux: le représentant attitré du fabricant et le représentant d'un grand nombre de produits.

D. Et la différence entre eux serait que dans un cas le représentant ne vend qu'une seule marque?—R. Les produits d'une seule maison.

D. Tandis que dans l'autre cas, le représentant vend les produits d'un grand nombre de maisons?—R. C'est exact.

D. Vous avez déclaré que tous les articles classés généralement dans les catégories que nous avons déjà mentionnées sont en partie assujettis à la fixation des prix et en partie soustraits à cette fixation?—R. Oui.

D. Vous avez indiqué à l'annexe 2 de votre mémoire le pourcentage des produits assujettis à la fixation des prix. Pourriez-vous avoir l'obligeance de faire connaître au comité le pourcentage des bénéfices réalisés sur des produits dont le prix n'est pas fixé? J'aimerais que vous nous fournissiez des exemples précis?—R. Auriez-vous l'amabilité de répéter votre question? J'essayais de préparer une réponse et j'ai oublié la question.

D. Sous la rubrique des cosmétiques vous avez indiqué deux catégories de produits à vendre: ceux dont les prix sont fixés et ceux dont le prix de détail n'est pas fixé par le fabricant. Vous avez indiqué à l'annexe 2 de votre mémoire le pourcentage des bénéfices obtenus sur les produits dont les prix sont fixés. Auriez-vous maintenant l'amabilité de me dire quelles sont les marges de bénéfices à l'égard de certains articles dont le prix de vente au détail n'est pas fixé par le fabricant, et à quels articles elles s'appliquent?—R. Naturellement il existe certains articles,—c'est une réponse au consommateur,—dont le prix n'est pas fixé et à l'égard desquels le pourcentage est plus grand que sur les articles dont le prix est fixé, car c'est le seul moyen d'établir l'équilibre voulu, afin d'obtenir un aperçu d'ensemble, une idée générale en ce qui concerne les bénéfices.

D. Diriez-vous que, d'une façon générale, la vente des articles dont le prix de revente n'est pas fixé donne lieu a un revenu plus intéressant pour le détaillant que la vente des articles à prix fixés?—R. Oui, cela peut se produire parfois.

D. Ne disons pas "cela peut se produire".

Le PRÉSIDENT: Laissez le témoin achever sa réponse s'il vous plaît.

Le TÉMOIN: Je dirais que généralement le prix peut être plus élevé, beaucoup plus élevé.

M. Beaudry:

D. Que signifie ce "peut"?—R. Le vendeur peut fixer son propre prix...

D. Je comprends fort bien cela.—R. ...et s'il croit pouvoir s'attribuer une forte marge de bénéfice, il majorera de beaucoup le prix.

D. Mais je vous ai demandé si en tant que directeur général et secrétaire de votre association vous avez pu constater que le prix des articles qui ne sont pas soumis à la fixation des prix de détail par les fabricants sont plus élevés que le prix des articles dont les prix sont fixés?—R. Oui; en tant que secrétaire d'association je ne sais pas, mais lorsque j'étais dans les affaires j'ai constaté clairement que le prix des articles non soumis à la fixation était plus élevé.

D. Par conséquent vous allez être logiquement en mesure de répondre à la question suivante: tire-t-on de meilleurs bénéfices de la vente des articles à prix fixés ou de celle des articles à prix non fixés?—R. Des articles dont les prix ne sont pas fixés.

D. Ma question est celle-ci: laquelle permet de réaliser les plus forts bénéfices?

M. FLEMING: A qui?

M. BEAUDRY: Au, détaillant, naturellement.

Le PRÉSIDENT: Vous avez répondu oui.

Le TÉMOIN: En deux catégories différentes, est-ce là ce que vous voulez dire?

M. BEAUDRY: Je pense avoir eu ma réponse, monsieur le Président.

Le PRÉSIDENT: A votre tour M. Hees.

M. BEAUDRY: Mais je n'ai pas encore terminé, monsieur le Président.

Le PRÉSIDENT: Voilà quinze minutes que vous interrogez le témoin et je crois que vous avez répété des questions qu'a déjà posées le conseiller à quatre ou cinq reprises. Vous pourriez peut-être reprendre la parole après que les autres membres du comité auront eu l'occasion d'interroger le témoin.

M. BEAUDRY: Bien que je me rende à votre désir, permettez-moi de dire que ces choses prennent beaucoup de temps. Notre conseiller a essayé de tirer une conclusion d'une série de réponses. Je vous ferai humblement remarquer que des réponses à de nouvelles questions sur le même sujet pourraient permettre d'aboutir à une autre conclusion ou faire ressortir un nouveau groupe de faits. En toute justice envers le témoin et les citoyens du pays qui tiennent à savoir ce qui en est, une question de temps ne devrait pas nous empêcher d'entendre le point de vue des deux parties.

Le PRÉSIDENT: Je suis entièrement de cet avis, mais n'oublions pas que le Comité comprend 36 membres qui ont tous le droit de soulever quelque point. Je crois donc qu'un membre devrait, s'il le désire, soulever un aspect de la question puis attendre à plus tard pour poser d'autres questions. Je reviendrai donc à vous, monsieur Beaudry, après que les autres membres du Comité auront présenté leurs observations; j'espère qu'ils seront brefs et concis.

M. BEAUDRY: Je m'incline devant votre décision, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: A votre tour, monsieur Hees.

M. Hees:

D. Vous avez dit au début, monsieur Preston, que le principal ennemi du petit détaillant c'est l'article sacrifié et que son seul moyen de défense est le maintien du prix de détail?—R. Oui.

D. Ai-je raison de dire que l'élimination de l'article sacrifié ferait disparaître le principal avantage que le gros détaillant a sur le petit?—R. Oui, monsieur.

D. Alors, quelle est la marge de bénéfice à laquelle un article cesse d'être considéré comme étant vendu à un prix de concurrence raisonnable pour devenir article sacrifié?—R. Voilà une question à laquelle il est difficile de répondre; tout dépend des circonstances. Voulez-vous que je vous dise ce qu'est un article sacrifié ou voulez-vous démontrer en quoi il consiste, puis me demander ensuite ce que j'en pense?

D. J'aimerais savoir ce que vous entendez par article sacrifié et la réponse que vous me fournirez devrait indiquer la marge ou l'absence de bénéfice à laquelle un article est tenu pour sacrifié. On a employé cette expression à maintes reprises.—R. En pratique, dans le commerce de détail de la pharmacie, un article n'est sacrifié que lorsqu'il est vendu au-dessous du prix de revient. Une perte est une perte; il ne saurait être question de bénéfice. L'article sacrifié est donc vendu à perte. La difficulté provient de ce que le gros pharmacien achète à meilleur marché que le petit pharmacien, souvent à 10 p. 100 meilleur marché. Il achète en grosses quantités. Supposons, par exemple, qu'un pharmacien indépendant sacrifie à 99c. un article qui est censé se vendre un dollar; il perdra donc 1c., tandis que le gros pharmacien peut l'acheter à un dixième moins cher, soit à 90c. et le revendre à 89c., soit 10c. de moins que le petit pharmacien, mais il ne perdra, lui aussi, que 1c. Il l'emportera donc sur le pharmacien indépendant par 10c.

D. Donc, un article sacrifié est celui qui est vendu à un prix inférieur à celui qui a été fixé dans votre pharmacie?—R. En effet.

D. Sans tenir compte de vos frais généraux, de votre marge de bénéfices et d'autres considérations?—R. C'est exact. La pratique de la vente à perte dans le commerce de la pharmacie a consisté à vendre un article à des prix dérisoires. Par exemple, le savon Baby's Own, qui se vendait ordinairement 10c., nous l'avons vendu 1c. à l'ouverture de nos magasins. Nous avons commencé par le vendre 5c. et le pharmacien indépendant, croyant qu'il pouvait nous tenir tête, en abaissa le prix à 4c. Nous avons ensuite baissé notre prix à 3c., puis il a baissé le sien à 2c. Enfin, nous l'avons vendu 1c. Quand je dis "nous", je veux parler du magasin à succursales. Nous avons contraint ce pharmacien indépendant à fermer ses portes, un bon citoyen, un conseiller municipal de la ville de Toronto. Voilà en quoi consiste l'article sacrifié.

D. Alors, d'après vous, il importe, pour protéger le petit détaillant, d'adopter une loi interdisant les ventes à perte?—R. C'est le fléau du commerce en l'absence du maintien des prix.

D. Alors, monsieur Preston, si une loi interdisait aux marchands la vente de produits en bas du prix des marchandises livrées à l'établissement, serait-il vraiment nécessaire de fixer les prix de revente? La suppression de la fixation des prix contribuerait-elle à maintenir dans son commerce le petit détaillant?—R. Vous supposez vrai ce qui reste à prouver.

D. Non, je pose une question bien franche.—R. Si cette loi est établie, on ne sera pas tenu de respecter les prix minimums; mais en fixant un certain prix à l'égard d'un produit pour empêcher qu'il ne soit vendu à sacrifice, n'établissez-vous pas un prix minimum?

Le PRÉSIDENT: En toute justice, nous devrions revenir à la question de M. Hees sur le prix des articles sacrifiés. Vous avez parlé d'une marge raisonnable de bénéfice.

Le TÉMOIN: Franchement, je suis offusqué de voir tout le monde rire de cela.

Le PRÉSIDENT: Soyez certain que ces rires ne sont pas à votre adresse. C'est autre chose qui a fait rire les membres du Comité.

Le TÉMOIN: Très bien; c'est bon quand on peut badiner.

M. HEES: Il nous arrive parfois de délibérer à la bonne franquette.

M. Hees:

D. Que répondez-vous à cela? Proposeriez-vous la formation d'un conseil?—R. Oui, comme nous l'avons proposé dans notre mémoire, un conseil serait une bonne solution. Si nous pouvions, par l'entremise de ce conseil, établir des prix raisonnables, le pharmacien indépendant serait satisfait. Il s'agit de trancher la question de savoir si certains articles sont sacrifiés ou vendus à des prix raisonnables.

D. En d'autres termes, le conseil pourrait fixer une marge moyenne de bénéfice ou un prix raisonnable en interdisant de vendre à un prix inférieur? —R. Oui, tout en tenant compte des intérêts du consommateur, du distributeur et du pharmacien. Il faudrait un conseil compétent et capable d'établir un prix raisonnable.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher, c'est à votre tour.

M. HEES: Merci beaucoup.

M. Thatcher:

D. J'ai été frappé par une réponse que vous avez faites à une question de M. Beaudry. Vous avez dit qu'en général vos marges de bénéfice sur des articles dont le prix n'avait pas été fixé étaient plus fortes qu'à l'égard d'articles à prix fixes. Est-ce exact?—R. J'ai dit qu'en général c'était possible.

D. Vous avez dit que la marge de bénéfice était plus forte. Devons-nous en conclure que les prix monteraient si le maintien en était supprimé dans le commerce pharmaceutique?—R. Les articles dont le prix n'est pas fixé d'avance se vendraient certainement plus cher parce qu'il faut bien vivre et que, si nous ne pouvons toucher ce bénéfice sur des articles aux prix fixes, il nous faut nous rattraper sur la vente de ceux dont le prix n'est pas fixé d'avance. Le marchand qui perd de l'argent sur la vente des bananes se rattrape sur les raisins.

D. Si les prix tombent, pourquoi vous inquiétez-vous tant de l'intention du Gouvernement de supprimer la fixation des prix? Cela vous paierait davantage.—R. Non, non; le consommateur ne saurait pas ce qu'il achète.

D. Vous vous préoccupez du consommateur mais ne vous préoccupez-vous pas de votre commerce?—R. Nous nous préoccupons des deux. Il faut bien assurer notre subsistance mais il y a plus: il nous faut fournir un bon service. Nous sommes une institution qui veut rendre service à la collectivité. Il n'y a pas, je pense, au Canada de groupes d'hommes qui jouissent autant que les pharmaciens du respect de la population. Il n'existe pas dans cette collectivité d'hommes dont on pense autant de bien. Quand j'étais pharmacien à Toronto, je m'intéressais certainement à mes clients qui savaient, j'en suis sûr, que je ne les trichais pas quant aux prix, qu'il se fût agi de prix minimums ou non. Tout d'abord, je n'avais pas de Cadillac, de sorte qu'ils savaient bien que je ne faisais pas beaucoup d'argent; certainement pas autant que ceux qui pourraient se retirer des affaires avec une couple de cent mille dollars en banque.

D. Si je vous ai bien compris, vous avez dit, n'est-ce pas, que l'abolition de la fixation des prix de revente ne nuirait pas au pharmacien détaillant?—R. Je n'ai jamais dit cela. La suppression de la fixation des prix ruinera le pharmacien indépendant.

D. Bon, je n'insisterai pas là-dessus. A la page 9 de votre mémoire, je lis ceci: "En interdisant la fixation des prix, le Gouvernement adopterait, de fait, une mesure injuste, car elle serait à l'avantage du gros pharmacien et au détriment du petit". Pouvez-vous vous étendre davantage sur ce point?—R. Le gros pharmacien pourrait se procurer le nombre qu'il veut d'articles à prix fixes et les vendre à prix modiques. Nous avions autrefois à Toronto les exploitants de chaînes de magasins et de gros magasins à rayons qui vendaient à perte des articles dont ils détenaient le monopole et qu'aucun autre marchand ne pouvait vendre parce que ces magasins les offraient à des prix tellement dérisoires que le public ne les achetait que d'eux seuls.

D. Qu'entendez-vous par gros marchands?—R. Les propriétaires des magasins à succursales multiples et les magasins à rayons et, aujourd'hui, les magasins d'alimentation à succursales. Le cas ne s'est pas encore produit en raison de la fixation des prix, mais j'entrevois le jour où les chaînes de magasins d'alimentation s'empresseront d'emboîter le pas s'ils voient que les magasins à rayons commencent à réduire les prix sur des articles annoncés à l'échelle nationale.

D. Et, d'après vous, certains petits détaillants devront fermer leurs portes si cette pratique se généralisait?—R. Précisément.

D. Je ne puis saisir votre raisonnement, surtout quand je vois comment les choses se passent dans les épiceries où n'existe pas la fixation des prix. Pourtant, il y a des centaines d'épiceries au Canada qui font de bonnes affaires. —R. Eh bien! monsieur, nous avons un de ces hommes ici dans la personne du professeur Fuller qui est en mesure de vous répondre à ce sujet.

Le professeur FULLER: Monsieur le président, voici ma réponse: j'étais dans les affaires à Brantford, il y a quelques années...

M. FULTON: Voulez-vous consigner au procès-verbal quelques renseignements à l'égard du professeur Fuller? Voulez-vous nous donner ses titres?

Le TÉMOIN: Le professeur Fuller est chef de la division d'administration pharmaceutique de l'École de pharmacie de l'Ontario dont il est diplômé. Il y a quelques années, il avait son propre commerce. Il est professeur d'administration pharmaceutique à l'École de pharmacie de l'Ontario.

Le professeur FULLER: De 1923 à 1927, j'avais ma propre pharmacie à Brantford (Ontario). Les affaires ont été bonnes jusqu'au jour où les gros magasins à succursales ont ouvert un établissement, en juin 1927, tout près de l'angle de la rue où j'avais ma pharmacie. Ce magasin se trouvait dans la rue principale de la ville, tandis que ma pharmacie était près du coin, au nº 191, rue Colborne. J'ai été aussitôt contraint de fermer mes portes car le shérif, l'huissier et le représentant du syndic de faillite se sont présentés tous les trois à la fois chez moi. Je ne pouvais réellement pas soutenir la concurrence de ces gros exploitants de magasins à succursales.

M. THATCHER: Comme conséquence, il vous a fallu fermer vos portes?

Le professeur FULLER: Exactement.

M. Thatcher:

D. Au nombre des 4,200 pharmaciens qui font partie de votre association, combien se trouvent établis dans les villages ruraux?—R. Un bon nombre, mais je n'ai pas de chiffres exacts à ce sujet. Il y a environ 400 pharmaciens en Colombie-Britannique. La Saskatchewan compte surtout des petites villes où il y a environ 350 pharmaciens. Il y en a à peu près autant en Alberta et au Manitoba, 2,100 environ en Ontario, à peu près 600 dans la province de Québec, environ 175 au Nouveau-Brunswick, un peu plus en Nouvelle-Écosse et 28 dans l'Île du Prince-Édouard.

D. Qui pourrait les contraindre à fermer leurs portes? Ils n'ont pas de concurrent car, dans une petite ville, il n'y a qu'un pharmacien.—R. La concurrence vient des maisons qui vendent par correspondance et des grands magasins à rayons qui font la même chose. Cette concurrence équivaut à celle des grands magasins dans les centres urbains.

D. Vous avez dit tantôt, en réponse à une question de M. Phelan, je crois, que votre association demandait dans certains cas au fabricant de modifier l'échelle de ses prix. Avez-vous déjà demandé à un fabricant de produits pharmaceutiques de ne pas vendre, par exemple, aux maisons d'alimentation?—R. Oui.

D. Cela revient à dire que vous avez cherché à maintenir les prix et à restreindre la concurrence de la part d'autres maisons de commerce?—R. Prenons, par exemple, un article,—non, je ne le nommerai pas parce que cela paraîtra dans les journaux, n'est-ce pas? Je ne crois pas qu'il soit bon de mentionner un produit. Restons dans les généralités, car, si je le nommais, vous verriez qu'il s'agit d'un article bien connu.

M. Fulton:

D. Dans quelle catégorie se place-t-il? S'agit-il d'aliments?—R. Non, de sels effervescents que bien des hommes prennent. Mais, quelle était la question à laquelle je cherchais à répondre par un exemple?

M. Thatcher:

D. Je vous ai demandé si votre association demandait parfois à un fabricant de ne pas vendre à une maison d'alimentation.—R. En effet. Eh bien! nous prétendons que les maisons d'alimentation ne devraient pas vendre de sels effervescents; la pharmacie est l'endroit tout désigné pour cela.

D. Cette pratique ne tend-elle pas à faire monter les prix? Si une maison d'alimentation mettait en vente le produit en question, elle le vendrait vraisemblablement meilleur marché.—R. Non, car le prix de ce produit auquel je songe étant fixé d'avance, elle ne le vendrait pas meilleur marché.

D. Une autre question, monsieur Preston. Il n'y a pas de contrat par écrit entre fabricants au sujet de la fixation des prix de revente. J'aimerais que vous nous en disiez plus long à propos des sanctions que vous imposez quand quelqu'un ne respecte pas les prix fixés?—R. Nous n'imposons aucune sanction; notre association s'occupe du commerce de détail. C'est le fabricant qui impose des sanctions.

D. Quel genre de sanctions?—R. Le fabricant cesse de vendre aux pharmaciens et je puis citer la cause dont il a été question dans les journaux, celle de Charles Duquette, de la Pharmacie Montréal contre Charles E. Frosst.

D. Dans un cas de ce genre, le fabricant cesse-t-il de vendre au pharmacien tous ses produits?—R. Dans ce cas, en particulier, le fabricant a refusé de vendre au pharmacien le seul produit en cause.

D. D'autres fabricants n'ont pas refusé de lui vendre leurs produits?—R. Non, le malheur vient du fait que cela a été établi par l'Association des commerçants de spécialités pharmaceutiques. Il s'agit évidemment de la fixation des prix par un seul fournisseur. Dans la cause de Duquette contre Frosst, il importait peu que Duquette eût réduit le prix d'autres produits: la maison Charles E. Frosst ne s'en est pas occupée.

D. J'ai peine à concilier cette réponse avec le rapport de la cause Frosst que j'ai en mains et où il est dit ceci:

> "La société Frosst a refusé de livrer la marchandise parce que la Pharmacie Montréal avait vendu des produits identiques."

Non pas les produits de cette société mais "des produits identiques, à un prix inférieur au prix de détail fixé par la société Frosst". N'est-ce pas là une sanction plutôt rigoureuse?—R. Votre interprétation ne semble pas exacte.

M. BEAUDRY: S'agit-il d'un jugement?

M. THATCHER: Non, d'une dépêche de la Presse canadienne.

M. BEAUDRY: Je ne crois pas que nous puissions prendre cela comme faisant autorité.

Le TÉMOIN: Je puis vous dire que M. Duquette a réduit fortement le prix d'une préparation pharmaceutique de Charles E. Frosst Company. Il s'agissait, je crois, des célèbres comprimés Frosst 217, mais je n'en suis pas complètement sûr.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, je pose une objection. Comme cette cause est venue fréquemment sur le tapis et qu'il pourrait encore en être question, ne vaudrait-il pas mieux demander à notre conseiller juridique de nous procurer un exemplaire du jugement et de la déclaration, au lieu d'avoir les expressions d'opinions de membres du Comité ou de témoins?

M. PHELAN: Monsieur le président, j'ai ici ce jugement et j'en distribuerai des exemplaires dès qu'il aura été traduit.

M. Thatcher:

D. Monsieur Preston, bien des Canadiens trouvent étrange que le prix de revente de certains produits pharmaceutiques des États-Unis soit beaucoup inférieur à celui qu'on exige des Canadiens. Vous mentionnez, par exemple, à l'appendice 2 de votre mémoire, qu'au Canada 100 comprimés d'aspirine Bayer se vendent 79c. Puis, il est dit à la page 15 du 3e appendice que le prix fixé pour la vente au détail de ces comprimés aux États-Unis est de 59c. Pouvez-vous expliquer au Comité quelle est la raison de cet écart dans les prix?—R. Je ne saurais le dire car, encore une fois, c'est le fabricant qui fixe le prix. Il décrète que ces comprimés devront se vendre 79c. au Canada. J'ignore sur quoi il se fonde. Je ne saurais fournir une explication satisfaisante.

M. Fulton:

D. Monsieur le président, j'aimerais poser à M. Preston une question relative au mémoire qu'il a présenté. Vers le milieu de la page 7, il dit: "En premier lieu. . ."—R. Dans la première partie du mémoire?

D. Oui, dans le texte du mémoire. Voici ce que vous dites en réponse à une question que vous posez vous-même:

> "Le consommateur y perdra-t-il si la fixation des prix devient illégale?" Vous répondez ceci: "En premier lieu, si le pharmacien indépendant ne pouvait pas compter sur le revenu de la vente des articles à prix fixes il faudrait restreindre tout le régime de distribution des produits pharmaceutiques."

Or vous nous avez déjà dit que la moitié du chiffre de vos ventes, en dollars, provient d'articles dont les prix ont été fixés, de sorte que je ne vois pas comment on puisse contester une telle affirmation. Voici ce que je tiens à savoir: cette affirmation n'est-elle fondée qu'à condition que vous supposiez que la suppression des prix de revente ferait disparaître des pharmacies tous les articles dont le prix est maintenu? Et pourquoi faites-vous cette supposition?—R. Nous supposons que, dès que le Gouvernement légiférerait contre la fixation des prix, tous les articles dont les prix sont maintenant fixés deviendraient du jour au lendemain des articles sacrifiés.

D. C'est sur cette supposition que vous avez fondé l'affirmation que je viens d'extraire de la page 7 de votre mémoire?—R. Oui, et elle est aussi fondée sur l'expérience de 30 ans dans le commerce pharmaceutique.

Le président:

D. Avez-vous dit: "deviendrait" ou "pourrait devenir"?—R. J'ai dit que chaque article dont le prix est maintenant fixé deviendrait du jour au lendemain un article sacrifié.

M. Fulton:

D. Monsieur Preston, sur quoi fondez-vous cette opinion? Est-ce d'après l'expérience acquise avant la fixation des prix?—R. Oui.

D. Voulez-vous laisser entendre qu'avant la fixation des prix, tous ces articles, représentant plus de la moitié de votre volume des ventes, étaient des articles sacrifiés?—R. Oui, monsieur, et voilà pourquoi il était très difficile d'exploiter une pharmacie de détail dans les centres urbains avant la fixation des prix. Il était presque impossible d'en tirer un revenu convenable.

D. Alors, possédez-vous quelques chiffres indiquant que le nombre des pharmacies de détail a considérablement augmenté depuis l'adoption du régime de fixation des prix?—R. Non; on peut dire que l'augmentation a été normale. En 1939, nous avions environ 3.500 membres; aujourd'hui, nous en comptons 4,236. Il faut dire que le Canada compte cinq millions d'habitants de plus qu'en 1939.

Le président:

D. Pas cinq millions!—R. Quelle était notre population en 1939? Douze millions? Nous comptons donc trois millions de plus.

D. Environ deux millions et demi.

M. Fulton:

D. Comptez-vous comme membres à peu près toutes les pharmacies de détail?—R. Chaque pharmacie de détail.

D. L'admission à titre de membres est-elle facultative?—R. Non, comme je l'ai dit au début, tous les membres des associations provinciales sont, par le fait même, membres de notre association.

D. Merci. Pouvez-vous nous dire si, d'après les chiffres connus ou, faute de renseignements à ce sujet, d'après vous, les pharmacies à succursales tendent à se propager? Le nombre en augmente-t-il ou les pharmaciens indépendants tiennent-ils ferme? Qu'en est-il?—R. L'accroissement est normal. La plus importante pharmacie à succursales de l'Ontario, qui en comptait 50 en 1935, en possède maintenant 85.

D. Vous nous avez dit, je crois, les pharmacies à succursales et les magasins à rayons absorbent le quart du volume des affaires du commerce pharmaceutique. Par rapport au volume d'affaires que réalisaient antérieurement les pharmacies à succursales et les magasins à rayons, y a-t-il eu une forte augmentation depuis dix ans ou la proportion est-elle restée à peu près la même?—R. Je ne saurais me prononcer. De toute façon, les chiffres que j'ai donnés ne sont que pure conjecture.

D. Quelques-uns de vos associés possèdent-ils ces renseignements?

Le professeur FULLER: Puis-je répondre à cette question?

Le PRÉSIDENT: Oui.

Le professeur FULLER: Le nombre des succursales de pharmacie n'a pas augmenté depuis dix ans. Après avoir atteint un point de saturation, il a fléchi. Je m'excuse d'avoir cité dans le mémoire des chiffres des États-Unis mais c'est parce que je les connais mieux. Aujourd'hui, il y a aux États-Unis 8,000 pharmacies de moins qu'à l'époque qui a précédé ce qu'on a appelé les lois commerciales équitables, nom que les États-Unis donnent à la fixation des prix de revente. Nous ne voulons pas de lois de ce genre au Canada: nous préférons notre propre méthode parce qu'elle est facultative. Toutefois, ces chiffres subissent l'influence d'autres éléments. En 1932, en effet, l'association américaine des Écoles de pharmacie a adopté le cours de quatre ans pour les étudiants en pharmacie et le dixième des heures consacrées aux cours portait sur l'enseignement des méthodes commerciales. Voilà les matières que j'ai enseignées aux États-Unis pendant vingt-quatre ans, jusqu'au 1er août dernier.

A mesure que les étudiants entraient dans le commerce pharmaceutique, ils étaient en mesure de mieux diriger des pharmacies qu'autrefois, étant devenus hommes d'affaires plus compétents, ce qui explique la réduction du nombre des pharmacies. Il faut aussi tenir compte de la guerre, de la diminution du nombre des étudiants en pharmacie et d'une foule d'autres causes. Il convient aussi de dire que, sous le régime de la fixation des prix de revente, il y avait moins de pharmaciens mais je pense que, grâce à ce régime, ils ont pu exploiter leur commerce de façon plus efficace. En effet, le pharmacien d'aujourd'hui sert 3,000 clients au lieu de 2,200. Le commerce pharmaceutique est donc dirigé avec efficacité.

Ce n'est peut-être pas la bonne façon d'aborder le sujet mais. comme vous avez beaucoup parlé des marges de bénéfices, puis-je formuler certaines observations pertinentes?

M. FULTON: Il n'en a pas été réellement question dans ma demande.

M. Fulton:

D. Je tiens à me montrer juste mais, d'après les chiffres que vous avez cités, ne sommes-nous pas presque contraints de conclure qu'il est franchement impossible d'affirmer ou de prouver que la fixation des prix de revente confère un avantage immédiat au pharmacien indépendant et agit au détriment des pharmacies à succursales? En d'autres termes, il est impossible de démontrer par ces chiffres que le maintien des prix de revente est la meilleure garantie que nous ayons afin de protéger les détaillants indépendants et de leur assurer le plus gros du commerce pharmaceutique, au lieu de le laisser tomber aux mains d'un nombre plus restreint de pharmacies à succursales?—R. Je réponds

que ce régime contribue au maintien dans le commerce du pharmacien indépendant et l'aide à faire concurrence à la puissance financière concentrée dans les pharmacies à succursales? En d'autres termes, il est impossible de démontrer désavantageuse. J'ai cité le nombre des pharmaciens détaillants des États-Unis en réplique à une affimation que renferme le premier rapport provisoire du Comté MacQuarrie où il est dit que la fixation des prix de revente a protégé les incompétents et qu'elle aurait pour effet d'accroître le nombre des pharmacies, ce qui n'est pas du tout vrai d'après les données statistiques des différentes sources que nous avons citées. Cependant, il faut tenir compte d'autres éléments pour connaître le nombre des pharmacies de détail.

D. Vous prétendez donc que, tout en n'augmentant pas le nombre des marchands détaillants, la fixation des prix de revente a néanmoins assuré leur maintien et leur sécurité et les a protégés contre l'emprise des pharmacines à succursales et des magasins à rayons. Est-ce bien cela?—R. Oui. Votre question se rattache réellement à celle qui a trait aux marges de bénéfices.

D. J'ai une autre série de questions à poser mais je ne veux pas vous retenir sur cette question des marges de bénéfice.

Le PRÉSIDENT: Cela viendra quand nous interrogerons quelque autre témoin.

M. Fulton:

D. Je n'ai que deux ou trois autres questions à poser. Tout d'abord, pour faire suite à une réponse fournie à M. Hees, j'avoue que la question de l'article sacrifié m'intéresse. Vous avez, monsieur Preston, fourni quelques détails à ce sujet, mais d'autres témoins nous ont dit que le recours à l'article sacrifié ne présentait pas trop de danger dans les conditions économiques actuelles. Est-ce votre avis, sinon qu'en pensez-vous?—R. Qu'il n'y aurait pas grand danger?

D. Des témoins ont déjà dit que, dans les conditions économiques actuelles, le recours à l'article sacrifié ne présentait pas grand danger, même si la fixation du prix de revente était interdite.—R. Il se manifesterait du jour au lendemain.

D. Sur quoi vous fondez-vous?—R. Une concurrence serrée. Il se trouve toujours quelqu'un qui se pense plus habile que son prochain et qui lui vole son commerce. C'est surtout les magasins à rayons qui recourront à l'article sacrifié pour attirer la clientèle. Cela fait partie de la publicité. Ce sont des aubaines qu'il faut annoncer car on ne peut pas sans cesse tromper les gens.

D. Vous le pouvez, je suppose, pendant quelque temps?—R. Il faut donc leur offrir une aubaine. En pharmacie, la seule aubaine est celle qui consiste à vendre au public un article dont le prix a été rogné.

D. Donc, selon vous, les causes qui ont conduit à la méthode de l'article sacrifié restent toujours les mêmes?—R. Oui.

D. Outre la cause contre Frosst dont nous avons parlé, quelques-uns de vos membres ont-ils cherché à faire annuler par les tribunaux des contrats en vertu desquels ils s'étaient engagés à respecter les prix fixés?—R. Il n'y a eu qu'un seul autre procès, il y a quelques années et qui avait été intenté par le même M. Duquette contre la Wampole Company. Le fond de l'affaire était à peu près le même. C'est la seule autre cause que je connaisse.

D. Quel en a été le dénouement?—R. L'affaire n'a abouti à rien.

D. En d'autres termes, le contrat a été maintenu comme valide et liant les parties?—R. Je ne crois pas qu'il y ait eu jugement.

Le PRÉSIDENT: Notre conseiller juridique pourrait peut-être se procurer le renseignement.

M. BEAUDRY: Y a-t-il eu conclusion de contrat ou simplement entente tacite?

M. FULTON: J'aimerais que M. Preston dise au Comité s'il connaît d'autres cas, outre celui de Frosst, dans lequel un contrat en vue de la fixation des prix aurait été soumis aux tribunaux canadiens et, dans ce cas, quel a été le résultat. Le contrat ou l'entente a-t-il été reconnu comme valide et liant les parties?

Le TÉMOIN: Cela remonte à une quarantaine d'années.

M. Fulton:

D. Savez-vous si l'industrie pharmaceutique a été soumise à une enquête sous l'empire de la loi des enquêtes sur les coalitions, indépendamment de l'affaire au sujet de la P.A.T.A.—R. Je crois qu'elle a fait l'objet de l'enquête sur les écarts de prix.

D. Il s'agissait, dans ce dernier cas, d'une enquête parlementaire, mais je veux savoir si l'industrie pharmaceutique a déjà été soumise à une enquête sous l'empire de la loi des enquêtes sur les coalitions?—R. Pas que je sache.

M. Dickey:

D. Si je ne me trompe, monsieur Preston, vous possédiez vous-même votre propre pharmacie, il y a quelques années, à une époque où la fixation des prix de revente n'était pas aussi répandue qu'aujourd'hui.—R. Oui, j'ai été propriétaire d'une pharmacie à compter de 1908.

D. Et n'avez-vous pas dit qu'à cette époque, il régnait une situation chaotique?—R. Oui, monsieur.

D. Voulez-vous nous expliquer brièvement ce que vous entendez par "chaotique"?—R. Eh bien, à cette époque, un pharmacien pouvait avoir dans son établissement des articles qui se vendaient au même prix depuis plusieurs années. Or, en parcourant le journal du matin, il apprenait qu'une importante pharmacie à succursales ou un magasin à rayons vendait 13c. ou deux pour 25c. l'article qu'il vendait lui-même 25c. depuis une vingtaine d'années. Il ne pouvait donc vendre ces articles. Répétons l'expérience cinquante fois et l'on arrive au résultat que M. Fuller a connu à Brantford et dont il vous a parlé: les pharmacies à succursales se font la guerre tandis que les pharmaciens indépendants voient de leur vitrine les clients se diriger vers leurs rivaux.

D. Cette situation était-elle générale ou se produisait-elle seulement dans certains cas et à certains endroits?—R. Dans les centres urbains, cela se voyait fréquemment. Puis, le début du siècle vit l'avènement des grands magasins qui vendaient par correspondance et ces comptoirs postaux n'ont cessé de progresser depuis, si bien qu'aujourd'hui ces magasins vendent plus par correspondance qu'à l'établissement même, ce qui nuit aux magasins ruraux.

D. D'après ce que vous avez dit, cet état de choses existait à cette époque dans presque toutes les régions et dans presque tout le commerce pharmaceutique.—R. En 1908 ou auparavant,—alors que je débutais,—cette situation existait et s'accentuait; elle a duré jusqu'en 1927 ou 1928, alors que la fixation des prix de revente est devenue pratique courante.

D A l'heure actuelle, si je ne me trompe, 40 p. 100 du commerce pharmaceutique n'est pas assujéti au régime de la fixation des prix.—R. C'est à peu près la proportion.

D. La même confusion existe-t-elle aujourd'hui pour ce qui est des articles non assujétis à la fixation des prix?—R. Non, pas autant, parce qu'aucun de ces articles n'est annoncé à l'échelle nationale.

D. La situation n'est pas aussi confuse depuis quelques années?—R. Non.

D. Autre chose, monsieur Preston. Si je saisis bien, la fixation des prix permet au détaillant de connaître la marge de bénéfice que lui rapportera un produit en particulier et d'avoir la certitude que ce produit lui sera fourni s'il continue de le vendre au prix fixé et que la vente de ce produit assurera sa subsistance.—R. C'est bien cela.

D. Voilà le point important pour le détaillant?—R. Oui, la vente bien ordonnée.

D. Maintenant, croyez-vous que s'il en fût autrement, le détaillant presserait le fabricant, non seulement de modifier la marge de bénéfice qu'il lui accorde, mais aussi de réduire le prix auquel il lui vend sa marchandise? En d'autres termes, ne pourrait-il pas signaler au fabricant que ce dernier pourrait s'assurer un bénéfice suffisant pour assurer sa subsistance, tout en lui permettant de vendre son produit à un prix plus bas au consommateur?—R. Je ne puis répondre au nom du fabricant qui fixe lui-même son prix.

D. C'est vrai, mais je vous demande quelle est la tendance dans le commerce de détail?—R. M. Fuller est plus en mesure que moi de répondre à cette question.

D. Pour ma part, je me borne à interroger le témoin, mais je ne vois aucun inconvénient à ce qu'un autre témoin y réponde.

M. FULLER: J'ai cherché à donner un aperçu de la situation au moyen d'un graphique à la page 44 du mémoire polycopié, appendice I. Toutefois, le copiste n'a pas tracé les lignes de la même façon qu'elles l'étaient dans le manuscrit. Avant la mention du commerce équitable, les prix payés par le consommateur et le prix de revient du détaillant sont indiqués à gauche, tandis que, dans le manuscrit, après l'indication du commerce équitable, les lignes de droite sont plus basses que celles de gauche et l'écart peut être plus grand entre les deux. Il a été question ici de marges de bénéfice. Un fabricant peut réduire son prix et nous en avons ici la preuve bien nette que j'ai étayée à l'aide de documents dans le mémoire afin de démontrer que, sous le régime de la fixation des prix de revente aux États-Unis, les fabricants ont réduit les prix exigés du détaillant, lui accordant ainsi une plus forte marge de bénéfice sans augmenter le prix exigé du consommateur. Dans certains cas, en effet, il a réduit ces prix afin d'obtenir du détaillant sa collaboration pour qu'il pousse la vente de ses produits alors qu'auparavant il n'avait pas cette collaboration. Voilà ce que j'ai voulu dire au sujet des marges de bénéfice. Il est possible de l'accroître en réduisant celle du fabricant sans que le public paye plus cher. Je ne suis venu au Canada qu'à l'occasion de mes vacances; je n'ai suivi les travaux de la Canadian Pharmaceutical Association, au cours de ses 24 années d'existence, que par la lecture de son organe auquel j'ai parfois collaboré. Je sais toutefois que des associations semblables du continent nord-américain ont exprimé leur avis en ces termes: "Nous pousserons la vente de vos produits si vous voulez nou accorder une marge de bénéfice raisonnable et nous permettre d'en toucher un revenu suffisant. Vous pouvez le faire en réduisant vos prix, ce qui nous permettra de réaliser un bénéfice plus considérable sans avoir à exiger un prix plus élevé du consommateur". C'est ce qu'ont fait ressortir les études de Grether en 1929. J'ai cité des documents à cet effet dans le mémoire. Ils se trouvent à l'appendice III, page 26. Un pharmacien peut acheter des sels d'Epsom à 10c. la livre et en faire quatre boîtes d'un quart de livre ou de quatre onces chacune. En les vendant 10c. chacun cela lui rapportera 40c., ce qui semble être un bénéfice énorme, mais combien souvent un pharmacien vend-il des sels d'Epsom? Peut-être une ou deux fois par jour ou trois fois par semaine. La vente de ce produit n'enrichit personne. Ce n'est pas de cette façon qu'il faut envisager les marges de bénéfice.

M. Dickey:

D. C'est à la suite d'un renseignement fourni par M. Phelan que j'ai voulu savoir si la Canadian Pharmaceutical Association cherchait à induire le fabricant et—probablement le revendeur à accroître la marge de bénéfice que réalise le détaillant. Si, vu l'âpreté de la concurrence, le détaillant constatait qu'il ne pouvait exiger pour un certain produit plus de $1,—réalisant ainsi un bénéfice

de 20 p. 100 qu'il estime suffisant,—pensez-vous qu'il demanderait au fabricant de réduire son prix afin de lui permettre de vendre cet article $1 tout en réalisant un bénéfice du tiers?

M. PRESTON: J'ai dit qu'en pratique cela ne se faisait pas.

M. Dickey:

D. Ce n'est pas ce qui se passe sous le régime de la fixation des prix de revente et j'en comprends fort bien la raison, mais cela ne pourrait-il pas... —R. Non, parce que le fabricant peut avancer mille et une raisons à l'encontre de toute réduction de prix. Cela n'arrive jamais: le fabricant ne veut pas en démordre dans pareil cas.

D. Ne peut-il vous fournir mille et une raisons qui militent contre l'accroissement de votre marge de bénéfice?—R. Il le peut aussi.

D. Mais n'avez-vous pas obtenu du fabricant la chance d'accroître votre marge de bénéfice?—R. Dans très peu de cas. Quand nous augmentons notre bénéfice c'est, en général, parce que le prix de l'article a augmenté. Le fabricant ne diminue pas son bénéfice sauf dans de rares cas.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Shaw.

M. Shaw:

D. M. Preston nous a dit que la Canadian Pharmaceutical Association représente 4,236 pharmaciens détaillants du Canada. Est-ce exact?—R. Oui.

D. Elle représente tous les pharmaciens détaillants du pays?—R. En effet.

D. Vous avez dit que l'inscription à titre de membre de cette association n'était pas facultative. C'est ce que vous avez répondu à M. Fulton. Qu'entendez-vous par cela?—R. Pour cela il faut que je remonte au début. Tout d'abord, notre association ne recrute pas ses membres, mais elle groupe en un seul organisme toutes les associations pharmaceutiques provinciales autorisées. Ces associations provinciales régissent la pratique de la pharmacie dans chaque province. Elles exercent une maîtrise absolue sur l'enseignement, l'octroi des permis et sur l'éxercice de la profession de pharmacien. Or, tous les pharmaciens devant obtenir un permis, ils deviennent membres d'un organisme statutaire de la province. En conséquence, celui-ci nous verse un droit pour chacun de ses membres. Du fait qu'un particulier est enregistré auprès de l'organisme provincial, il fait partie de notre association.

D. Il est tenu d'appartenir à votre association?—R. Oui.

D. Le versement des droits est obligatoire?—R. En effet, c'est là le droit de permis.

D. Mais il détient un permis provincial?—R. C'est exact.

D. Existe-t-il une sanction que vous puissiez appliquer à l'égard d'un pharmacien de la province qui n'adhère pas à votre groupement?—R. Ils y adhèrent tous.

Le PRÉSIDENT: Automatiquement.

M. SHAW: Sans doute, mais de leur plein gré?

M. BEAUDRY: Leur situation ne ressemble-t-elle pas exactement à celle des médecins ou des avocats...

Le PRÉSIDENT: Automatiquement.

Le TÉMOIN: Oui.

M. BEAUDRY: ...qui, automatiquement, font partie du Barreau?

M. Shaw:

D. M. Preston nous a déjà dit qu'il en est ainsi au sein des provinces, mais je lui ai demandé si c'est également pour cette raison qu'un particulier doit

devenir membre de votre association nationale?—R. Non. Je m'explique. Il fait partie de notre association du fait que la sienne nous verse un droit à son égard.

Le PRÉSIDENT: Automatiquement.

M. Shaw:

D. D'office?—R. Oui, c'est bien cela.

D. De fait, pour en revenir à ce que vous disiez, votre association englobe tous les pharmaciens du Canada?—R. Oui.

D. Vous craignez, dites-vous, que certains membres de votre association ne nuisent fort, par leurs pratiques, au petit détaillant et même qu'il ruine son commerce?—R. En effet.

D. Y a-t-il, au sein de votre organisme national, un code éthique?—R. Oui, notre code s'inspire d'altruisme.

D. Les membres de votre association nationale pratiquent-ils ce code?—R. Pas plus que la plupart d'entre nous pratiquent le christianisme, quoique nous nous prétendions tous chrétiens. (*Exclamations.*)

Le PRÉSIDENT: A l'ordre.

M. Shaw:

D. Vous n'avez pas assez confiance en votre association pour déclarer qu'aucun de ses membres ne s'autoriserait d'une pratique pour en ruiner d'autres? Vous estimez que certains de vos membres agiraient ainsi?—R. Oui, monsieur.

D. Lorsque le Gouvernement a annoncé qu'il présenterait probablement une mesure, votre association, monsieur Preston, a-t-elle prié vos membres d'écrire aux députés?—R. Oui.

D. Êtes-vous en mesure de fournir au comité une copie de la lettre que vous leur avez adressée?—R. Je le pense.

D. Bien, j'aimerais l'obtenir. Vous avez ensuite affirmé qu'advenant l'interdiction de la fixation du prix de revente, le recours à l'article sacrifié était à craindre?—R. En effet.

D. Vous êtes au courant, j'imagine, de l'attitude de certains fabricants de produits pharmaceutiques envers les aubaines d'un cent?—R. Oui.

D. Tous les pharmaciens y ont-ils recours?—R. Non.

D. Tous les fabricants de produits pharmaceutiques, plutôt?—R. Non, monsieur.

D. Lorsque certains fabricants de produits pharmaceutiques y ont recours, considérez-vous que c'est là une pratique injuste, qui s'apparente à celle de l'article sacrifié?—R. Auriez-vous l'obligeance de répéter votre question?

D. Certains fabricants de produits pharmaceutiques favorisent un programme qui aboutit, en fin de compte, à ce qu'on appelle l'aubaine d'un cent, c'est-à-dire la vente de deux articles pour le prix d'un seul, plus un cent?—R. C'est bien cela.

D. Vous dites que tous les fabricants n'y ont pas recours?—R. Il s'agit alors d'articles de marque. La vente ne vise que les produits du fabricant en question.

M. STUART: J'ai une objection à formuler. Est-il bien vrai que la vente ne porte que sur les seuls produits du fabricant?

Le PRÉSIDENT: Il vous sera loisible de poser la question plus tard, monsieur Stuart, puisque votre nom est le prochain sur la liste.

M. Shaw:

D. Croyez-vous que, dans la pratique, ce genre d'aubaine corresponde au recours à l'article sacrifié?—R. Oui, il s'agit bien d'un article sacrifié, mais pour fins de réclame. Les deux cas ne tombent pas dans la même catégorie.

D. Mais on s'en sert toujours pour fins de réclame, afin d'attirer des clients auxquels on vendra autre chose?—R. Oui.

D. Trouvez-vous des excuses pour une telle pratique?—R. Pour ma part, non. Notre association ne l'excuse pas, mais elle n'intervient pas. Cela regarde le fabricant.

D. Mais vous n'avez jamais jugé bon de prendre des mesures afin de remédier à la situation?—R. Non, nous n'irions pas jusque-là.

D. Vous éprouvez, cependant, de si fortes appréhensions à l'égard des articles sacrifiés?—R. Oui, mais il s'agit ici d'un fabricant...

M. BEAUDRY: Je soulève la question du Règlement, monsieur le président.

M. SHAW: A quel sujet?

M. le PRÉSIDENT: Laissons M. Beaudry s'expliquer.

M. BEAUDRY: L'aubaine d'un cent représente-t-elle un article sacrifié au détriment du détaillant ou seulement du fabricant, est-ce là le renseignement que M. Shaw désire obtenir du témoin? J'estime qu'entre les deux, il y a une différence assez marquée.

M. Shaw:

D. Que ce soit le fabricant ou le détaillant qui subisse la perte, en principe, il s'agit d'un article sacrifié, ce qui, à mon sens, représente une concurrence injuste entre deux fabricants de produits pharmaceutiques. Mais passons.—R. C'est le fabricant qui prend la décision et non pas le détaillant.

D. Pouvez-vous me dire si un pharmacien qui vend les produits Rexall, mettons, est tenu d'organiser dans son magasin une aubaine d'un cent?—R. Non, il n'y est pas tenu.

D. Il ne l'est pas?—R. Non.

D. Êtes-vous au courant du genre de contrat que le fabricant Rexall exige de son détaillant?—R. Non.

D. Ne vous a-t-on jamais parlé de tels contrats?—R. Non, pas à moi, je n'en sais rien.

D. Au nom de votre association, vous affirmez ne rien savoir du contrat que la Rexall exige?—R. Je n'en ai jamais eu connaissance. Je n'en ai jamais vu ni entendu parler. L'association comme telle n'a rien à y voir.

D. Avez-vous connaissance d'aucun contrat signé par les pharmaciens au détail?—R. Non.

D. D'aucun?—R. Je n'en connais aucun.

D. Savez-vous, monsieur Preston, s'il existe au Canada des lois visant à mettre un frein à la pratique de l'article sacrifié?—R. Il me semble qu'on a tenté quelque chose en ce sens en Colombie-Britannique, mais je ne crois pas que la mesure ait été mise en vigueur. Je ne crois pas qu'on l'ait adoptée.

D. Avez-vous eu l'occasion, monsieur Preston, ou quelque membre de votre association a-t-il eu l'occasion de demander au gouvernement de la Colombie-Britannique de sévir en vertu d'une loi existante quelconque, quant à la pratique des articles sacrifiés?—R. Pas que je sache. De fait, je n'en sais rien du tout. C'est un bruit qui a couru; je ne m'en souviens que vaguement, car il y a longtemps de cela.

D. Avez-vous connaissance que votre association ou un pharmacien quelconque d'Alberta ou de toute autre province ait jamais cherché à intenter une poursuite en vertu d'une loi provinciale, pour réprimer le recours à l'article sacrifié?—R. Non.

D. Vous n'avez donc pas connaissance qu'on ait tant soit peu recours à cette pratique depuis quelques années, dans votre commerce j'entends?—R. Non, je n'en ai pas eu connaissance.

D. Nullement?—R. Non, sauf que la semaine dernière il y a eu l'affaire Duquette. C'est tout.

D. Oui. Et vous supposez, monsieur Preston, bien qu'on ne se soit pas encore heurté à cette difficulté, qu'elle se produira sûrement dès l'adoption d'une loi interdisant la fixation du prix de revente?—R. La pratique de l'article sacrifié se répandrait immédiatement. Je l'ai affirmé à maintes reprises.

D. C'est surtout parce que vous êtes convaincu que certains de vos membres s'entre-égorgeront, de façon à mettre hors d'affaires les membres moins puissants de votre association, que vous en êtes venu à cette conclusion?—R. Oui, monsieur.

D. Et votre organisation ne dispose d'aucun moyen de remédier à la situation?—R. Non, aucun.

D. Alors, monsieur Preston, vous consentiriez volontiers, en fin de compte, à l'adoption d'une loi fédérale interdisant la fixation du prix de revente pourvu qu'on adopte en même temps une mesure interdisant la pratique de l'article sacrifié?—R. C'est là, en effet, notre principal argument.

D. Vous ne vous opposez donc pas tellement à la suppression ou à l'interdiction de la pratique que vous ne préconisez le maintien du régime actuel, tant qu'aucune mesure n'interdira le recours à l'article sacrifié?—R. Précisément, car je n'approuve d'aucune mesure qui favorise un groupe au détriment d'un autre.

D. Cependant, vous estimez qu'au sein de votre association c'est exactement ce qui se produirait?—R. Oui monsieur, j'en suis persuadé.

D. Une autre question avant de terminer. Votre association s'oppose, mettons, à ce que les épiceries vendent les produits pharmaceutiques au détail?—R. Oui, en tant qu'association.

D. Indépendamment de ce que l'épicerie peut être située à quarante milles de la pharmacie la plus proche?—R. Oh non!

D. Mais il vous faut soit accepter cette règle, soit la rejeter?—R. Il n'est pas juste de poser ainsi la question. Je vais y répondre de la façon suivante: En Ontario, par exemple, il serait insensé pour nous de prétendre que le magasin général, situé à vingt ou quarante milles, comme vous dites, ne devrait pas vendre de médicaments brevetés, pas même de poudres seidlitz ou d'huile de ricin, parce qu'il nous est impossible de fournir la région. Les gens qui y habitent ont besoin de ces articles. Nous serions les derniers à soutenir cette thèse. Au contraire, nous aiderions le magasin général, s'il répondait aux exigences de la loi visant les produits pharmaceutiques, à desservir la région.

D. Mais où est la ligne de démarcation dans ce cas?—R. Eh bien...

D. J'ai mentionné quarante milles parce que je songeais à un cas en particulier. Quelle est la ligne de démarcation?—R. Eh bien, les gens de ces régions ont besoin de telles denrées qu'ils devraient pouvoir se procurer de l'épicerie ou au magasin général, mais dans le centre urbain où la pharmacie et l'épicerie existent tous deux, l'épicerie ne devrait pas tenir nos produits pharmaceutiques. Je ne parle pas des articles qui font partie de leur étalage ordinaire; ils tombent sous le coup de la concurrence.

D. Même si l'épicerie n'est plus à quarante milles de distance, mais à cinq ou dix, où faites-vous la distinction?—R. Il s'agit de savoir si nous pouvons desservir la population.

D. Mais, en cet âge de progrès, nous direz-vous, rien ne vous empêche de la desservir à 20 milles de distance.

Une autre question seulement. Parmi les 40 p. 100 de ventes générales qui échappent à la fixation du prix de revente, avez-vous dit à M. Dickey qu'il ne se trouvait pas d'articles estampillés?—R. Produits etsampillés qu'ils ont achetés?

D. Soixante p. 100 des denrées et produits vendus chez le pharmacien tombent sous le coup de la fixation du prix de revente?—R. Oui.

D. Sur les 40 p. 100, vous dites que 40 p. 100 y échappent?—R. Oui.

D. Il n'y a eu à l'égard de ces 40 p. 100, monsieur Preston, aucun désordre?—R. 22. p. 100 de cette proportion visent des ordonnances médicales.

D. Vous dites?—R. 22 p. 100 consistent en ordonnances médicales, ce dont nous ne tenons pas compte. Il n'y a donc pas là de désordre. La proportion est donc réduite à 18 p. 100.

D. Vous n'avez aucune preuve de désordre quant aux marchandises qui échappent à la fixation du prix de revente?—R. Non.

D. Vous ne pouvez, en somme, que supposer ce qui leur arriverait? Voilà, à votre avis, ce qui se passerait, mais en avez-vous la preuve?—R. Oh non, je m'appuie sur ma longue expérience et sur ma connaissance intime du commerce.

D. Vous me semblez n'avoir guère confiance en vos associés dans le commerce des produits pharmaceutiques?—R. Non, je n'ai pas plus confiance en eux qu'en la nature humaine.

M. Stuart:

D. Dans votre exposé, monsieur Preston, vous soutenez que les épiceries ne devraient pas vendre de produits pharmaceutiques. C'est bien ce que vous pensez?—R. S'il s'agit de véritables articles de pharmacie.

D. A l'égard des 4,200 pharmacies que vous dites exister d'une extrémité à l'autre du pays, quelle est la proportion de celles qui servent repas et lunchs?—R. Je l'ignore.

D. N'est-elle pas assez imposante?—R. Non, le pourcentage est très faible.

D. Passons, j'accepte votre réponse, mais je garde mon avis. Ne vend-on pas du tabac dans la plupart des pharmacies, même lorsqu'il y a un débit de tabac au prochain coin?—R. Sans doute, mais n'oublions pas que le tabac est une drogue.

Le PRÉSIDENT: On demande le général MacArthur!

M. Stuart:

D. Mais les pharmacies ne vendent-elles pas livres et revues, quoiqu'il existe des magasins qui ne vendent rien d'autre.—R. Les pharmacies en vendent quelques-uns.

D. Vous avez également mentionné les caméras, etc.—R. Oui, la plupart des établissements plus prospères tiennent caméras et kodaks.

D. Les pharmacies vendent encore ces articles?—R. Oui, aujourd'hui comme toujours.

D. Ne croyez-vous pas qu'une telle pratique soit injuste envers d'autres catégories de détaillants?—R. Dans le cas qui nous intéresse, c'est la société Kodak qui s'adresse au droguiste, parce qu'elle le considère comme le meilleur distributeur.

D. Vous avez mentionné que les établissements à succursales vendaient aujourd'hui beaucoup de produits pharmaceutiques et autres articles que tiennent d'ordinaire les pharmacies. La marge de profit s'appliquerait-elle aux articles qu'on pourrait attribuer aux magasins à succursales?—R. Est-ce de nos propres magasins à succursales dont vous parlez?

D. Non. Vous avez mentionné les magasins à succursales, les grands magasins, les épiceries, comme celles de Loblaw ou les autres.—R. Elles ne cherchent qu'à augmenter le volume de leurs ventes. Elles vendent même de la laine et d'autres genres de marchandises aussi.

D. N'admettez-vous pas qu'on alloue à l'égard des produits pharmaceutiques une marge de profit beaucoup plus large qu'à l'égard des aliments?—R. Oui, certainement!

D. Ne serait-ce pas là la raison pour laquelle les magasins à succursales désirent se procurer ces articles, pour les vendre au détail?—R. C'est possible.

D. Je le pense. Ma prochaine question est peut-être irrecevable, mais je la pose quand même. En consultant la liste des prix de détail que vous nous

avez soumise, je constate que la pâte dentifrice Pepsodent se vend 95c. Ce chiffre paraît au verso de la page 9, de la liste des prix. Je ne suis guère familier avec le graphique que vous avez dressé, mais je suppose que la pâte dentifrice a coûté 76c. au détaillant. Est-ce bien cela?—R. C'est exact.

D. Voilà la marge de profit qu'on lui alloue?—R. 20 p. 100, oui.

D. C'est là la marge de profit à l'échelon du détail?—R. C'est là le prix exact, oui.

D. Alors, le point échappe peut-être à votre compétence, mais je pose la question parce que j'estime que le fabricant a beau jeu dans notre pays lorsqu'il exige 95c. pour un tube de pâte dentifrice qui ne rapporte que 60c. aux États-Unis. Croyez-vous qu'un tel écart soit autorisé de la part du même fabricant qui produit cet article dans les deux pays?—R. Je ne suis pas fabricant.

D. Mais je vous demande d'exprimer votre avis. Y a-t-il lieu de permettre un tel écart entre le prix qu'on exige aux États-Unis et celui qu'on exige au Canada pour le même article?

M. BEAUDRY: J'en appelle au Règlement, monsieur le président. Je m'oppose à ce qu'on tire des opinions de témoins qui ne font pas autorité en la matière.

M. STUART: Ce n'est pas votre avis que je demandais, monsieur Beaudry.

M. BEAUDRY: J'ai le droit d'en appeler au Règlement, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Il serait préférable de poser la question lorsque nous interrogerons les fabricants.

M. Stuart:

D. Dans le commerce des produits phamaceutiques au Canada, certains des approvisionnements vous viennent-ils des États-Unis?—R. Certains des ingrédients de base, j'imagine.

D. Effectivement?—R. Je le pense.

D. J'ai mon opinion personnelle au sujet de l'écart des prix.—R. J'ignore où les fabricants se procurent leurs approvisionnements.

Le PRÉSIDENT: M. Stuart, sauf erreur, songe aux spécialités.

Le TÉMOIN: Oh non, la pâte dentifrice Pepsodent est fabriquée au Canada.

M. Stuart:

D. Vous avez fait état de nombre d'articles, dont certains sont fabriqués au Canada et d'autres importés des États-Unis?—R. En général, la plupart des entreprises américaines ont fondé des filiales au Canada.

D. Le prix de détail d'un tube de pâte dentifrice au Canada est de 95c. tandis que le prix du gros est de 76c., n'est-ce pas?—R. C'est exact.

D. Et ce tube de pâte dentifrice coûte au Canada environ le double du prix du gros aux États-Unis. J'aimerais qu'un témoin m'expliquât ce point.—R. Le fabricant, je pense, pourrait vous l'expliquer.

D. Me serait-il permis de m'adresser à ce monsieur?

Professeur FULLER: Je ne suis pas certain de pouvoir répondre de façon satisfaisante à votre question, mais ne croyez-vous pas qu'en réduisant le prix vous diminueriez les salaires versés à la main-d'œuvre canadienne.

M. STUART: Mais là n'est pas la question. J'ai raison de croire que mes chiffres sont exacts: il en coûte, paraît-il, de 11c. à 14c. pour fabriquer ce tube de pâte dentifrice. Mes chiffres sont-ils exacts?

Professeur FULLER: Je n'ai aucune idée de ce qu'il en coûte parce que le prix de revient se fonde aussi sur les frais de vente et non pas uniquement

sur le coût des matières premières et de la main-d'œuvre qui entrent dans la fabrication. Pour établir le prix de revient il faut tenir compte des ventes effectuées pendant une certaine période.

M. STUART: Vous dites qu'il ne se fonde pas sur le coût des matières et de la main-d'œuvre?

Professeur FULLER: Pas uniquement.

M. STUART: Mais cette méthode s'appliquerait, me semble-t-il, aux comprimés d'aspirine?

Professeur FULLER: Oui. Il nous est possible d'établir à 9c. ou 10c. le cent le coût de ces comprimés, pourvu qu'on s'abstienne de tenir compte du coût de la machine et du service des intérêts quant au capital placé dans la machine.

M. STUART: Il se peut qu'on se serve aux États-Unis de la même machine qu'au Canada pour fabriquer les comprimés d'aspirine, n'est-ce pas?

Professeur FULLER: Oui.

M. STUART: Cependant, on peut les acheter aux États-Unis pour un sixième de ce qu'ils coûtent au Canada.

Professeur FULLER: Mais il faut d'abord tenir compte du taux de change.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, je m'oppose à la question pour la même raison que tantôt.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Stuart, en toute justice envers les témoins, veuillez vous souvenir qu'ils représentent le commerce au détail et non pas les fabricants. Quand ceux-ci comparaîtront au Comité, il vous sera loisible de les interroger.

M. STUART: D'accord, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: C'est à votre tour, monsieur Garson.

L'honorable M. Garson:

D. Il est une ou deux de vos réponses qui me laissent un peu perplexe. Auriez-vous l'obligeance de me renseigner à ce sujet.—R. Je vais faire de mon mieux, monsieur.

D. Lorsque l'association de la Colombie-Britannique vous a demandé d'assurer une marge de profit de 40 p. 100, avez-vous dit, il s'agissait d'un escompte. Vous avez parlé, sauf erreur, d'un escompte sur le prix de vente.—R. En effet.

D. Je veux m'assurer d'en avoir bien saisi la portée. Cela veut dire que lorsqu'un détaillant bénéficie d'un escompte de 40 p. 100 sur un article qui se vend $1, son prix d'achat est de 60c.?—R. C'est bien cela.

D. Son bénéfice de 40 p. 100 à l'égard de 60c. représente donc un profit de 66⅔ p. 100?—R. C'est exact. Nous calculons toujours notre marge de profit d'après le prix de vente.

D. Lorsque j'ai pris connaissance du mémoire, je croyais qu'il s'agissait de majorations du prix de revient.—R. Non, la marge de bénéfice se fonde sur le prix de vente.

D. Il en va de même dans tous les cas?—R. Oui, toujours.

De sorte que ce que vous appelez un escompte de 33⅓ p. 100 représente un bénéfice de 50 p. 100?—R. 50 p. 100 du prix de revient.

D. N'avez-vous pas affirmé qu'advenant la suppression de la fixation du prix de revente, tous les articles qui se vendent maintenant sous ce régime deviendraient articles sacrifiés? J'ai très bien saisi ce point. Mais n'avez-vous pas également affirmé qu'avec l'interdiction de la fixation du prix de revient le consommateur devrait payer plus cher? Je comprends très bien chacune de vos réponses mais lorsque je les confronte elles me laissent perplexe. Auriez-vous l'obligeance de concilier ces deux affirmations afin de m'aider à comprendre où vous voulez en venir?—R. Je n'ai pas voulu dire que les prix mon-

teraient si la fixation des prix de revente était déclarée illégale. Le prix de ces denrées et en général de tous les produits pharmaceutiques, péricliterait.

M. THATCHER: Ce n'est pas ce que vous avez dit.

L'honorable M. Garson:

D. C'est uniquement pour éclaircir ce point que je l'ai soulevé, en toute justice, tant envers le témoin qu'envers nous tous. J'ai très bien compris,—puisque vous y êtes revenu à plusieurs reprises en répondant à M. Thatcher,—lorsque vous avez affirmé que les prix monteraient et qu'il incombait donc, dans l'intérêt du consommateur, de maintenir la fixation des prix de revente. Vous avez, par la suite, soutenu que tous les produits de marque deviendraient articles sacrifiés. Vous expliquez maintenant que c'est votre seconde réponse qui est la bonne.—R. Oui, je le pense. Je m'excuse si je me suis trompé, mais c'est sans doute parce que j'ai essayé de répondre par un oui ou un non à une question qui n'était pas très claire. Ce que je voulais dire c'est que si la fixation des prix de revente devient illégale, le prix de ces articles fléchira sûrement.

D. Vous voulez dire qu'il baissera?—R. Oui.

D. Le détaillant en souffrirait, mais ce serait peut-être un avantage aux yeux du consommateur?—R. Oui. Le consommateur en bénéficierait immédiatement, mais dans l'ensemble il n'y gagnerait rien puisque, comme je me suis efforcé de l'expliquer, ce qu'on perd sur un article on le reprend sur un autre. Lorsque j'étais en affaires, j'estimais qu'à moins d'obtenir un bénéfice brut de 32 p. 100, il était impossible d'y rester. Aussi, si l'on ne peut plus réaliser que 5 p. 100 à l'égard de ces articles qui rapportaient 20 p. 100 sous le régime de la fixation des prix de revente, il faudra soit se reprendre sur autre chose, soit se retirer des affaires.

D. En effet; à ce propos, le prix des autres articles n'étant pas imposé, le commerçant qui majorerait son prix pour se reprendre sur d'autres marchandises, n'aurait-il pas à faire face à la concurernce de ses confrères, ainsi que des magasins à succursales et à rayons?—R. Oui.

D. De sorte que son aptitude à compenser ses pertes serait limitée par la concurrence?—R. Mais les magasins à succursales et à rayons majoreraient également leurs prix car, s'ils tiennent à rester en affaires, ils ne sauraient écouler les articles sacrifiés à un prix inférieur au prix de revient, à moins de se reprendre sur autre chose.

D. Précisément. Mais ne fallait-il pas tantôt, à propos de la question de M. Shaw touchant les aubaines Rexall d'un cent, vendre à des prix qui, dans la pratique, équivalent à ceux des articles sacrifiés?—R. Oui.

D. Vous avez dit à ce sujet, que vous n'y pouviez rien, ces produits étant assujétis à l'autorité des magasins à succursales qui appartiennent aux fabricants qui sont libres de vendre leurs produits au prix qu'il leur plaît?—R. Oui. Mais ces ventes ne durent que six jours par an, trois au printemps et trois à l'automne. En outre, elles ne portent que sur certaines marques bien déterminées. Vous avez mentionné la Rexall. La vente d'un cent Rexall est organisée et dirigée par la Rexall Drug Company en faveur de ses propres agents seulement, ou pour ceux de ses agents qui désirent y participer. Ils n'y sont pas tenus. Les agents que n'intéresse pas la vente d'un cent ne sont pas contrains d'y prendre part. Mais c'est le Rexall Drug Company qui dirige l'opération, tandis que la vente ne porte que sur les produits de pharmacie qu'elle vend au distributeur, c'est-à-dire, médicaments, cosmétiques et papeterie. Les agents de la Rexall Drug Company peuvent se procurer tous ces articles chez elle. La vente d'un cent ne s'applique qu'aux produits de la Rexall Drug Store, qui ont été vendus au pharmacien à cette fin.

D. Voulez-vous dire que parce qu'il s'agit de produits Rexall la concurrence vous est moins néfaste?—R. Je ne saisis pas votre pensée.

D. Voici, de telles réductions de prix constituent une concurrence à vos produits tandis qu'elles écornent le volume de vos ventes.—R. Tant qu'elles durent, elles représentent une véritable concurrence, mais elles ne se prolongent pas au delà de six jours par année.

D. Et vous croyez que l'article sacrifié entrerait en jeu.—R. 365 jours par an, surtout en fin de semaine.

Le PRÉSIDENT: Nous nous sommes convenu de lever la séance à 1 heure. Six membres ont déclaré vouloir prendre la parole dès maintenant. Plaît-il au Comité d'entendre ces témoins demain matin, pourvu que les témoins soient alors disponibles?

Le TÉMOIN: Nous serait-il permis de revenir lundi? Pour ma part, un oncle à moi aura 85 ans et nous nous proposons de le fêter. J'ai déjà perdu mon vote, ce qui m'ennuie beaucoup, mais je ne veux pas manquer la fête.

M. THATCHER: Monsieur le président, les témoins nous ont fourni, à la fin de leur mémoire, cette liste de produits assujétis à la fixation du prix de revente. Leur serait-il possible de nous obtenir une liste de produits qui y échappent, mettons 250 produits qui s'apparentent le plus possible à ceux-ci, afin que nous puissions comparer la valeur marchande dans les deux cas?

M. BEAUDRY: Vous désirez obtenir le prix auquel se vendent des produits dont le prix n'est pas imposé?

Le PRÉSIDENT: M. Thatcher a demandé une liste équivalente à l'égard d'articles dont les prix ne sont pas imposés. Y aurait-il moyen de se la procurer?

Le TÉMOIN: Nous nous ferions un plaisir de nous rendre à sa demande, mais je doute qu'il nous soit possible de terminer cette liste avant lundi.

Le PRÉSIDENT: Le sous-comité du programme et de l'agenda se réunira pour s'entendre sur le moment où il nous conviendrait d'entendre les témoins.

Le TÉMOIN: Me serait-il permis de proposer que nous revenions lundi?

M. BEAUDRY: Sur ce point précis, le Comité s'est déjà convenu pour siéger quatre jours par semaine le lundi non compris.

Le PRÉSIDENT: Cinq jours par semaine.

M. BEAUDRY: Je m'excuse, je croyais que nous avions décidé de nous réunir les mardi, mercredi, jeudi et vendredi.

Le PRÉSIDENT: Non, nous siégeons cinq jours par semaine. Le secrétaire communiquera avec vous, monsieur Preston.

Le sous-comité du programme et de la procédure aurait-il l'obligeance de rester un instant?

(Le Comité s'ajourne.)

APPENDICE "A"

LA CANADIAN PHARMACEUTICAL ASSOCIATION, Inc.

présente l'exposé ci-joint
au comité mixte du Parlement désigné pour
étudier le rapport intérimaire MacQuarrie sur
la fixation du prix de revente

Le MARDI 20 novembre 1951

AVANT-PROPOS

Afin de faciliter la tâche du Comité, nous avons rédigé le présent exposé de façon aussi concise que possible.

Le mémoire exprime les opinions des pharmaciens détaillants du Canada relativement à la fixation du prix de revente.

Nous y avons joint, à titre de preuve, des documents à l'appui des affirmations et des avis qu'il contient.

SOMMAIRE

Mémoire de la
CANADIAN PHARMACEUTICAL ASSOCIATION, INC.

APPENDICE I

APPENDICE II

APPENDICE III

MÉMOIRE

Messieurs le président et membres du comité mixte du Parlement. Nous nous réjouissons de l'occasion qui nous est fournie d'exprimer notre avis relativement à la fixation des prix de revente, telle qu'on la pratique aujourd'hui. Nous présentons le mémoire au nom de tous les pharmaciens détaillants du Canada, à l'exception de trente-trois (33) propriétaires de pharmacie dans la province sœur de Terre-Neuve. Nous comptons, au total, 4,236 membres, répartis entre pharmacies indépendantes au détail, pharmacies à succursales et rayons de produits pharmaceutiques dans les grands magasins.

En indiquant au Comité les raisons pour lesquelles nous estimons que le régime actuel de fixation des prix de revente avantage le consommateur, nous ne parlons, soulignons-le, qu'au nom de notre groupe de détaillants, les pharmaciens du Canada. Afin de donner un aperçu rapide de l'importance de notre industrie, signalons que le chiffre d'affaires global de toutes les pharmacies s'est établie en 1950 à $229,715,929.00, dont 22 p. 100 seulement pour les ordonnances médicales. Cette donnée influe de façon singulière sur les conclusions que nous tirons relativement à l'effet de la fixation des prix de revente sur nos propres détaillants.

A notre avis, le principe dont s'inspire la fixation des prix de revente s'enracine si profondément dans notre économie qu'il ne faudrait prendre aucune mesure en vue de le déclarer illégal sans y avoir mûrement réfléchi, ni sans avoir mené sur ce point une enquête d'ordre scientifique. Le Gouvernement estimait sûrement qu'une telle enquête avait été menée lorsqu'il a prié le Comité que dirigeait le juge MacQuarrie d'étudier les lois relatives aux coalitions, en s'arrêtant tout particulièrement à la question de la fixation des prix de revente.

Après avoir examiné le rapport intérimaire présenté par le Comité MacQuarrie, nous estimons que le rapport ne fournit pas de motifs suffisants sur lesquels on puisse fonder une mesure législative tendant à supprimer la fixation des prix de revente. Nous joignons donc à notre mémoire, à titre d'Appendice III, un commentaire à l'égard du rapport intérimaire, commentaire rédigé par le professeur H. J. Fuller, chargé du cours d'administration en pharmacie, au Collège de pharmacie d'Ontario. Pharmacien et économiste, le professeur Fuller est diplômé en sciences économiques de l'Université d'Yale. Il a occupé pendant dix-huit ans le poste de professeur adjoint en sciences économiques à l'Université de Conecticut. Nous n'entendons pas nous arrêter à ce commentaire, dont l'à-propos saute aux yeux. De l'avis du professeur Fuller, les méthodes de recherches adoptées par le Comité étant défectueuses, les conclusions auxquelles il a abouti ne correspondent pas aux données dont fait état le rapport.

La fixation des prix porte-t-elle atteinte au consommateur?

La raison qu'on a invoquée pour rendre la fixation des prix illégale c'est que la mesure amènerait une baisse des prix. Nous estimons que l'interdiction de la fixation des prix, loin de provoquer une chute des prix, en fera monter certains.

La fixation du prix de revente ne jouant dans notre pays que depuis 1910, et de façon beaucoup plus complète dans notre propre groupe de détaillants, depuis 1927 seulement, il ne nous est guère possible d'obtenir au Canada des chiffres pertinents à l'appui de notre thèse d'après laquelle la suppression de la fixation des prix n'entraînera pas une baisse des prix au consommateur. Force nous est donc de nous tourner vers les États-Unis où la fixation des prix

de revente est autorisée partout, sauf dans trois États en plus du district de Columbia. C'est l'adoption de la loi Miller-Tydings en 1937, qui a donné l'essor à la fixation des prix, consacrée par les lois du loyal commerce, comme on les appelle aux États-Unis. La Californie, la première, a promulgué une loi visant l'équité commerciale; 45 autres États ont emboîté le pas.

Dans un récent bulletin publié par le Bureau de renseignements sur le loyal commerce, intitulé "Recherches courantes sur l'équité commerciale", on démontre, à l'aide de données statistiques irréfutables qu'il ressort d'une étude comparatice des cours de 26 produits pharmaceutiques assujétis aux règles de l'équité commerciale et faisant l'objet d'une réclame s'étendant à tout le pays que, dans l'ensemble, le consommateur américain paye ces produits un dixième de cent moins cher dans les 45 États où règne le loyal commerce que dans les trois États qui y échappent, notamment, le Missouri, le Texas, le Vermont, ainsi que le district de Columbia. Entre les régions soumises aux règles de l'équité commerciale et celles qui n'y sont pas assujéties, l'écart des prix est très faible, la différence la plus marquée s'établissant à 3·7c. en faveur de l'équité commerciale. Deuxième constatation importante qui résulte de l'enquête: les pharmacies des États pratiquant l'équité commerciale ont, en 1948, exigé des prix moins élevés, dans l'ensemble, que ceux des autres États. Enfin, l'enquête a révélé que les pharmacies moyennes sont exploitées de façon plus compétente, dans les États soumis aux règles du loyal commerce que dans ceux qui ne les acceptent pas.

S'il faut en juger par l'expérience des États-Unis, il semble donc que le consommateur canadien ne saurait s'attendre que les prix baissent dans les pharmacies du fait qu'on déclarera illégale la fixation des prix de revente.

Avant de pousser plus loin notre argumentation en faveur de la fixation des prix, il y a lieu de commenter l'état actuel de l'équité commerciale aux États-Unis. Les membres du Comité s'en souviennent sans doute, une décision récemment rendue par la Cour suprême des États-Unis et proclamée par les journaux comme "le coup de mort de l'équité commerciale" a provoqué une guerre des prix entre deux grands magasins à rayons de New-York. Le 10 octobre 1951, le *Globe and Mail,* quotidien respectable de Toronto, publiait en première page. "C'est en promettant de légiférer à l'égard du prix de revente que le Gouvernement a donné la réplique aux censeurs qui, tant au Parlement que parmi le public, réclamaient des mesures propres à contenir la hausse du coût de la vie. Le Royaume-Uni a présenté une mesure analogue. Aux États-Unis, on a réalisé le même objectif au moyen d'une décision rendue par les tribunaux." Cette dernière affirmation est parfaitement fausse. L'intervention des tribunaux n'avait rien à voir à l'indignation suscitée par la cherté de la vie. Un vendeur de whisky en Louisiane avait réduit le prix imposé de cette boisson. Le fabricant lui intenta une poursuite devant la Cour suprême des États-Unis qui se borna à déclarer invalide le recours à la clause visant les non-signataires des lois du loyal commerce. Le jugement n'infirmait nullement le droit du fabricant à passer des contrats relatifs aux prix avec les distributeurs.

Le consommateur y perdra-t-il, la fixation des prix de revente dût-elle devenir illégale? En premier lieu, dès que le pharmacien détaillant à son propre compte ne pourrait plus compter sur les recettes que lui assure la vente des marchandises à prix imposé, il faudrait rogner le programme de distribution des produits pharmaceutiques. Voilà un élément peu négligeable, lorsqu'il s'agit d'examiner le problème de la fixation des prix. Il n'est pas exagéré d'affirmer que le régime actuel de la fixation des prix dans le commerce des produits pharmaceutiques ne joue pas au détriment du consommateur, mais qu'au contraire, il lui est très avantageux. Il convient de déclarer sans ambages que le pharmacien, dût-il compter uniquement sur les ordonnances médicales et sur la vente des produits pharmaceutiques autorisée aux termes des lois

fédérales et provinciales, par les seuls pharmaciens enregistrés, de vastes régions de notre pays se verraient privées de l'excellente distribution des produits nécessaires à la santé dont elles bénéficient actuellement.

Nous comptons au pays, comme nous l'avons déjà indiqué, 4,236 pharmacies enregistrées. Moins de la moitié, cependant, réussiraient à rester en affaires si elles devaient se borner à remplir des ordonnances de médecins et à vendre des accessoires de chambre de malade. Seuls les grands centres métropolitains comptent des pharmacies qui se spécialisent dans les ordonnances médicales. D'après la 9e enquête documentaire annuelle menée par la Canadian Pharmaceutical Association, les pharmacies canadiennes ont, en 1950, rempli 28,248,102 ordonnances médicales, soit une moyenne de 6,859 par établissement par an. Les ordonnances médicales ne représentent, en moyenne, que 22 p. 100 du chiffre d'affaires total d'une pharmacie.

Le consommateur, nous le reconnaissons, ne s'intéresse guère à d'autre argument qu'à celui des prix. Comme l'affirmait feu le juge L. D. Brandeis de la Cour suprême des États-Unis, la grande entreprise utilise à ses propres fins le consommateur imprévoyant et non syndiqué. Dans la partie du présent mémoire qui fournit la statistique, nous avons abondamment cité le juge Brandeis parce qu'il a toujours préconisé la fixation des prix. "Irréfléchi ou sans volonté, le consommateur cède à la tentation du gain immédiat mais insignifiant. Ayant vendu son droit d'aînesse pour un plat de lentilles, il se fait l'instrument des monopoles."

Mais si le consommateur est imprévoyant, il n'est pas nécessaire que le législateur le soit. Aussi des arguments qui pourraient ne faire aucune impression sur le consommateur devraient-ils faire l'objet d'une étude réfléchie de la part des membres du présent comité. L'aptitude du pharmacien détaillant à concurrencer les établissements plus importants grâce au régime actuel de la fixation des prix, nous l'avons signalé, lui permet de faire un apport à la santé de la collectivé, mieux qu'il ne le pourrait autrement. Qu'on nous permette d'approfondir cette proposition. La profession de pharmacien devient de plus en plus importante, à mesure que les laboratoires de recherches des fabricants de produits pharmaceutiques découvrent des drogues puissantes et à multiples effets. On se fera une idée de la rapidité avec laquelle cette profession a évolué de ce que la moitié des ordonnances remplies dans les pharmacies à l'heure actuelle n'auraient pas pu y être préparées il y a dix ans, tandis qu'il y a vingt ans on n'aurait pas pu en remplir les trois quarts. Il existe au Canada en ce moment huit collèges ou écoles de pharmacie, qui offrent tous un cours de pharmacie de quatre années et qui décernent un diplôme de bachelier ès sciences en pharmacie. Le médecin compte de plus en plus sur la compétence du pharmacien pour se renseigner sur les nouvelles drogues lancées sur le marché. La profession de pharmacien répond à cette exigence de plusieurs façons, par exemple, en assurant aux pharmaciens des cours de formation plus longs, des laboratoires de recherches mieux outillés, des professeurs très spécialisés ainsi que des octrois aux fins de recherches. Tous ces services qui favorisent la santé et que le public est enclin à prendre pour acquis, tiennent à l'existence du pharmacien détaillant. En effet, une faible proportion seulement des pharmaciens diplômés s'achemine chaque année vers la fabrication, les hôpitaux ou les recherches. Une forte majorité se dirige vers la pharmacie au détail, qui les met en relations constantes avec les médecins du voisinage.

Si la profession doit continuer d'attirer des étudiants bien doués, elle doit être en mesure d'assurer leur avenir.

La loi s'appliquerait inégalement

En déclarant illégale la fixation des prix, le Gouvernement, à toutes fins pratiques, adopterait une mesure injuste, qui jouerait à l'avantage du gros

exploitant mais au détriment du petit. Poussant l'argument jusqu'à sa conclusion logique et à son résultat probable, nous affirmons que le gros exploitant pourra alors sacrifier des produits annoncés dans tout le pays jusqu'à ce qu'il ait effectivement obtenu le monopole de la distribution quant à la marchandise vendue au rabais. (Voir les observations du mémoire du professeur Fuller sur la concurrence.)

On a soutenu que si les établissements importants réduisent le prix des produits pharmaceutiques, les fabricants de cette marchandise devront en réduire le prix au petit détaillant afin de lui permettre de faire face à la concurrence. On s'imagine, semble-t-il, que le fabricant sera contraint de rabaisser son prix du seul fait qu'il ne saurait permettre aux agissements des jongleurs de prix de désorganiser tous ses moyens de distribution.

Un tel raisonnement ne tient pas compte des principes d'ordre pratique qui régissent le commerce. D'après l'un de ces principes, l'achat en grosse quantité offre au détaillant le seul moyen d'avoir l'avantage sur un concurrent. Le petit détaillant ne peut évidemment pas acheter à la wagonnée comme le gros détaillant, tandis que le fabricant qui tenterait de rectifier le déséquilibre qui existe entre ses deux clients en vendant à meilleur compte au petit détaillant aurait tôt fait de se trouver en face d'exigences plus grandes de la part de son gros client.

La fixation des prix favorise-t-elle l'incompétence?

D'après l'un des arguments préférés des adversaires de la fixation des prix, elle favorise l'exploitant incompétent aux dépens du public. Chose étrange, l'observation est souvent formulée par les représentants de syndicats ouvriers au sein desquels l'échelle des salaires ne prévoit aucune distinction entre ouvriers de rendement différent. Au fait, dans certains métiers, le rendement de l'ouvrier est assujéti aux directives des dirigeants syndicaux.

Que vaut l'accusation d'après laquelle la fixation des prix favorise l'exploitant incompétent? Reportons-nous encore une fois à la publication du Bureau de renseignements sur l'équité commerciale, intitulée: *Recherches courantes sur le loyal commerce.* Les chiffres que renferme cette analyse portent sur 1,122 pharmacies, dont 1,051 situées dans des États assujétis aux règles de l'équité commerciale et 27, dans la région qui y échappe. On a constaté que dans les États où se pratique l'équité commerciale les frais d'exploitation des pharmacies s'établissent à 26·17 p. 100 du produit des ventes, tandis que dans la région qui n'y est pas assujétie ils s'élèvent à 27·57. Mais l'argument qui réfute le mieux le reproche d'incompétence qu'on adresse au petit exploitant ressort des analyses que rédigent régulièrement l'École supérieure d'administration commerciale de l'Université d'Harvard et d'après lesquelles les frais d'exploitation de tous les magasins à rayons aux États-Unis ont atteint, en 1948, une moyenne de 31·15 p. 100 du produit des ventes.

Si le gros exploitant ne fait pas preuve de plus de compétence, comment peut-il se permettre de vendre à perte les produits qui jouissent d'une réclame d'envergure nationale? La réponse, il n'y a pas à la chercher bien loin. Ce qu'ils perdent à l'égard des articles sacrifiés, ces exploitants le reprennent sur d'autres articles dont les prix ne sont pas imposés. Il est notoire que, pendant la dernière période où l'on a recouru à la concurrence en matière de prix, soit au cœur des années vingt, le client obtenait rarement l'article à prix très réduit qui avait fait l'objet de la réclame. D'ordinaire, le vendeur usait de toutes les ruses pour vendre un article analogue de sa "propre marque" ou d'une marque inconnue dont le client, la plupart du temps, ne voulait pas. Presque toujours, cette marchandise portant sa propre marque lui allouait une marge de profit beaucoup plus intéressante que celle que comportait d'ordinaire les articles imposés et jouissant d'une réclame d'envergure nationale.

A titre d'Appendice II, nous joignons au présent mémoire une liste de 251 produits pharmaceutiques d'un écoulement facile, qui sont annoncés par tout le pays. La liste indique le prix imposé par le fabricant à l'égard de chaque produit, le prix que le détaillant doit verser au grossiste et le prix de revient unitaire de chacun d'eux. A notre avis, la colonne qui revêt le plus d'importance dans cette liste est celle qui révèle le bénéfice que touche le détaillant à l'égard de chaque article. D'après cette longue liste de marchandises, le profit brut s'établit, en moyenne, à 25·17 p. 100. Vu le commerce coopératif en gros, certains pharmaciens au Caanda touchent des commissions sur les achats ou des escomptes sur les factures qui, au maximum ajoutent encore 6·75 p. 100 à leurs bénéfices. Le profit moyen des pharmaciens mentionnés à la liste et qui ont la chance d'appartenir à une coopérative d'entreprises de gros, s'établirait donc à 31·8 p. 100. A noter, cependant, qu'il est des pharmaciens dans certaines régions du pays qui ne bénéficient pas des commissions ou escomptes supplémentaires aptes à porter ce chiffre de 25·17 à 31·8 p. 100.

A la lumière de telles données, nous estimons que les paragraphes suivants du rapport MacQuarrie ne visent pas le commerce des produits pharmaceutiques au détail. Ils infirment donc intégralement l'argument invoqué en faveur d'une mesure qui rende la fixation des prix illégale:

> Premièrement, les fortes marges de bénéfices qu'assure le maintien des prix de revente peuvent être utilisées par les grands magasins pour exposer le petit détaillant à une plus âpre concurrence dans le secteur où les prix ne sont pas maintenus. La politique généralement suivie par les magasins à rayons et à succursales semble viser à une certaine marge désirable de bénéfice dans chaque rayon ou dans chaque unité. Si les marges de bénéfices garanties dans le secteur des marchandises à prix imposés dépassent le niveau général désiré, il sera peut-être possible aux grands magasins de réduire anormalement le prix des produits que ne fixe pas le fabricant.
>
> En second lieu, les fortes marges de bénéfices ne signifient pas nécessairement des profits élevés. Elles ne font que transférer la concurrence du domaine des prix à celui des services; il en découle souvent des formes ruineuses de concurrence dans le domaine des services, ce qui entraîne une majoration des frais. En outre, des marges élevées de bénéfices incitent fortement les gens à se lancer dans le commerce de détail, de sorte que les magasins deviennent trop nombreux, ce qui provoque une réduction du volume des ventes et des bénéfices de chacun.

D'après la première conclusion qui figure au rapport intérimaire du Comité MacQuarrie, la fixation des prix de revente a pour effet direct et immédiat de supprimer la concurrence en matière de prix entre détaillants, quant aux marchandises à prix imposé. Pour ce qui est de notre industrie, cette affirmation est sans fondement. La longue liste mentionnée ci-dessus (voir l'Appendice II) énumère 10 marques de pâte dentifrice, 7 marques de tonique pour les cheveux, 4 remèdes contre les maux de tête, 9 crèmes à barbe, 5 désinfectants et 5 shampooings. Un récent prix courant pour pharmacies, publié par le *Canadian Pharmaceutical Journal,* comptait 14,000 produits pharmaceutiques. La plupart des articles doivent faire face à la concurrence de plusieurs produits rivaux, dont les prix diffèrent tous. Ces données n'indiquent sûrement pas la suppression de la concurrence, mais contredisent plutôt la tendance monopolistique dont fait état le rapport MacQuarrie.

L'État lui-même recourt à la fixation des prix

Nous ne saurions concevoir qu'un gouvernement, soit fédéral, soit provincial, ose légiférer à l'encontre du principe de la fixation des prix alors qu'il l'a lui-même appliqué de façon très efficace en vue d'obtenir un régime de ventes

ordonné et efficace. La Commission fédérale chargée de la vente du blé offre un excellent exemple de la mise en application de la fixation des prix. En effet, la Commission du blé régit la vente de cette importante denrée à tous les échelons. De fait, comme on l'a signalé à la page 43 de l'Appendice I, les offices provinciaux chargés de la vente de produits utilisent des prix de revente qui nous intéresse. Le gouvernement fixe le prix de certaines denrées, le consommateur n'ayant d'autre choix que de l'accepter.

Le rapport intérimaire MacQuarrie exprime un avis auquel nous souscrivons sans réserve. Il ressort du paragraphe très important que voici:

> Quant à la méthode des "ventes à perte", le Comité estime qu'il s'agit d'une pratique monopolistique qui ne favorise pas le bien-être général; aussi la considère-t-il comme incompatible avec l'intérêt public. Toutefois, nous ne croyons pas qu'elle présente un danger immédiat. Les réductions de prix excessives ne sont guère probable dans une période d'inflation et de pénurie relative. En outre, nous sommes persuadés qu'il existe des moyens plus efficaces et plus souhaitables de réprimer la pratique des "ventes à perte" que le maintien de prix minimums de revente. Les circonstances actuelles permettent d'effectuer une étude fouillée de telles méthodes; c'est pourquoi le Comité ne juge pas nécessaire de faire une recommandation immédiate, qui serait d'ailleurs prématurée, au sujet de cette pratique.

Nous reconnaissons que la pratique de l'article sacrificé est incompatible avec l'intérêt public, du simple fait qu'elle favorise chez les détaillants des monopoles qui pourraient servir à réglementer les prix au détriment du consommateur. En outre, cette pratique, nous le répétons, portera atteinte au régime de distribution dont se chargent actuellement les petits détaillants qui sont à leur propre compte.

Vu l'opinion du Comité MacQuarrie que nous avons reproduite ci-dessus, il nous est difficile d'imaginer une loi qui interdira au fabricant d'imposer ses prix minimums, mais ne comportera aucune disposition visant à supprimer la pratique de l'article sacrifié. Nous sommes persuadés, nous les parmaciens détaillants qui avons vu de près l'effet de l'article sacrifié, qu'il ne saurait y avoir de vente à rabais sans article sacrifié. L'un ne va pas sans l'autre. Si le gouvernement interdit au moyen d'une loi la vente de l'article sacrifié, entend-il décréter jusqu'à quel point on peut réduire le prix d'un produit? La loi spécifiera-t-elle quand le prix d'un produit est simplement réduit et quand le montant de la réduction fait de ce produit un article sacrifié?

Les pharmaciens du Canada prétendent que le jour où la loi rendra illégale la fixation des prix de revente, le commerce de détail du pays courra le danger que présente l'article sacrifié. Nous ne saurions partager l'avis du Comité MacQuarrie qui soutient que la tactique de l'article sacrifié ne présente aucun danger immédiat.

Le rapport intérimaire mentionne dans le même alinéa qu'une "rareté relative" empêcherait le recours à l'article sacrifié. Il n'y a pas de rareté particulière dans l'industrie pharmaceutique et, comme la plupart des produits pharmaceutiques ne se vendent que de façon intermittente,—un consommateur n'achète des remèdes pour la céphalée que lorsqu'il souffre de ce mal,—il s'ensuit que la pratique de l'article sacrifié fera perdre au pharmacien indépendant une partie de ses affaires au bénéfice du gros exploitant. Ce bouleversement ne se produira pas uniquement dans les grands centres, à proximité des commerçants qui réduisent les prix, mais aussi à la campagne, vu le fort volume des ventes par correspondance. Aujourd'hui, le pharmacien de campagne soutient la concurrence directe des comptoirs postaux de son village.

A l'époque où la réduction des prix sévissait, surtout aux environs de 1925, le petit pharmacien indépendant se trouvait dans une situation financière

précaire. Le meilleur exemple du désarroi de cette époque se trouve dans le rapport que M. L. V. O'Connor, commissaire des coalitions, avait soumis le 24 octobre 1927, à la suite de l'enquête sur la Proprietary Articles Trade Association. Il termine le chapitre sur la "Réduction des prix" par ces mots:

> ...le commerce se trouvait dans une situation désespérée et la faillite menaçait maints grossistes et détaillants...

Aujourd'hui, grâce à la concurrence réglementée et régie au moyen de la fixation des prix de revente, le pharmacien peut stocker plusieurs nouveaux remèdes très coûteux, parfois pendant plusieurs années, jusqu'au jour où d'urgence le médecin les prescrit. De fait, notre régime de fixation des prix a subventionné le mode de distribution des remèdes prescrits par ordonnance du médecin, sans perte pour le public, puisque toutes les pharmacies du pays ont pu se les procurer au lieu de les laisser entre les mains de quelques gros détaillants monopolisateurs.

L'honorable Paul Martin, ministre de la Santé nationale et du Bien-être social, a souligné l'importance du rôle que joue le pharmacien afin de sauvegarder la santé du public, dans un discours qu'il a prononcé, le 16 juin 1951, au congrès de l'Ontario Retail Druggist's Association. Voici ce qu'il a dit:

> Les pharmaciens canadiens peuvent s'enorgueillir d'avoir contribué à relever le niveau de la santé au pays. Au cours des ans, votre profession a su acquérir la réputation enviable dont elle jouit, grâce aux services qu'elle a rendus au public et au médecin. J'ai confiance qu'en dépit de vos responsabilités futures... et elles seront lourdes... vous verrez à sauvegarder le noble idéal dont s'inspire votre profession et à étendre l'efficacité de vos services.

Espérons que le gouvernement ne détruira pas les moyens par lesquels nous pourrons faire face aux responsabilités dont parle le Ministre, ni n'adoptera de loi qui vous empêche d'étendre l'efficacité de nos services!

Comme le mémoire que nous présentons émane d'un groupe de détaillants, nous n'avons guère parlé de l'attitude du fabricant par rapport à la fixation des prix. Toute la thèse relative à la fixation des prix réduite à sa plus simple expression, repose sur le droit du fabricant de fixer le prix que paiera le consommateur et d'établir ainsi la marge de bénéfices que réaliseront les différents distributeurs. Il faut tenir compte de deux éléments quand un fabricant vend un produit à un détaillant: le produit lui-même qu'il vend et la marque de fabrique de ce produit, qui ne se vend pas. Lorsque le fabricant fixe un prix minimum pour sa marchandise, il protège effectivement la marque de commerce de cette marchandise. Il dit au détaillant qu'il peut vendre ce produit mais qu'il n'a pas le droit d'utiliser la réputation du fabricant pour édifier son commerce ou attirer des clients à qui il vendra un produit rival portant "sa propre marque de fabrique". Dans un jugement, la Cour suprême des États-Unis a décrété qu'un fabricant a le droit de protéger sa marque de fabrique jusqu'à ce que son produit atteigne le consommateur. Comme sa réputation est en jeu, il devrait avoir également le droit de fixer le mode de vente de ce produit. Voilà à nos yeux un des principes élémentaires de l'entreprise libre, telle que la conçoit notre régime économique et pour laquelle nous avons lutté si vaillamment.

CONCLUSIONS

Nous avons rédigé ce mémoire et avons acquis une longue expérience dans le commerce pharmaceutique de détail; nous avons été témoins de la confusion qu'avaient fait naître les réductions antérieures de prix. Comme l'a signalé le commissaire O'Connor, de telles réductions de prix ne constituent pas une saine pratique commerciale, mais découlent d'une concurrence effrénée. Nous

croyons qu'une loi destinée à interdire la fixation des prix de revente soumettra notre économie à la puissance destructrice de la réduction forcenée des prix. Convaincus de cette idée, nous soumettons notre cause avec toute l'énergie et toute la sincérité possibles.

Nous sommes convaincus que la fixation des prix de revente ne nuit pas au consommateur; au contraire, elle le favorise. Nous sommes d'avis que l'abolition des prix de revente ne contribuera aucunement à faire baisser le coût de la vie. Elle aura pour effet de déclencher une guerre de prix qui fera naître de nouveaux monopoles et entravera gravement le mode de distribution grâce auquel le public peut, par l'entremise des pharmacies, assurer le maintien de sa santé.

Nous concluons, de plus, que toute loi destinée à interdire la fixation des prix serait injuste. Nous croyons avoir amplement démontré qu'on ne touche pas de gros bénéfices à l'égard des produits dont le prix est fixé; les bénéfices réalisés ne constituent qu'une juste rémunération pour le service de distribution.

Nous prétendons que la fixation des prix n'élimine pas la concurrence en matière de prix.

Nous partageons l'avis du Comité MacQuarrie d'après lequel la pratique de l'article sacrifié est de sa nature monopolisante et, comme elle constitue un élément si important de la libre détermination des prix, le jeu n'en saurait être régi que par le maintien de notre régime actuel de fixation des prix.

Enfin, nous soutenons que le fabricant a le droit de protéger sa marque de fabrique et, partant, la réputation de son produit en fixant un prix de revente.

APPENDICE I

LA FIXATION DES PRIX DE REVENTE

PAR
HORACE J. FULLER
PROFESSEUR ADJOINT DE PHARMACIE
CHARGÉ DE L'ADMINISTRATION PHARMACEUTIQUE
DE L'ÉCOLE DE PHARMACIE DE L'ONTARIO

FIXATION DES PRIX DE REVENTE

En 1913, la Cour suprême des États-Unis a décrété que les fabricants d'articles brevetés n'avaient pas le droit de fixer le prix auquel les détaillants devaient vendre ces articles aux consommateurs [1]. M. Louis D. Brandeis, [2] qui devait devenir juge-assesseur de la Cour suprême des États-Unis, avait écrit: "La Cour suprême a complètement tort et je vais voir à ce que la question soit tirée au clair. Quand un tribunal juge une cause en se fondant sur des motifs d'intérêt public, les juges deviennent, de fait, des législateurs. Alors, la question en jeu ne regarde plus exclusivement les avocats. Il convient donc de se demander si cette législation judiciaire est bien fondée". [3]

M. Brandeis a travaillé inlassablement pour que ce jugement soit infirmé. Trois ans plus tard, il était nommé juge-assesseur de la Cour suprême. En 1937, vingt-quatre ans après que M. Brandeis eût pris en mains cette affaire, il remporta la victoire par l'adoption de la Miller-Tydings Act.

La fixation des prix de revente existe dans tous les principaux pays capitalistes du monde. C'est l'inverse de la "concurrence effrénée". Cetrains pays européens ont adopté des lois interdisant la fixation des prix. L'objet de ce mode de vente n'est pas d'entraver la concurrence mais de la fortifier. M. Alpheus Thomas Mason, biographe de feu le juge Brandeis, après avoir lu les articles sur le juge Brandeis et ses lettres personnelles, a écrit ceci:

> Enfin convaincu de la justesse de son attitude, il chercha l'appui des directeurs de journaux et des hommes d'affaires: "Il est très important, a-t-il écrit, que nous qui avons foi en la concurrence, entreprenions de supprimer la restriction que le jugement de la Cour a imposée à une pratique commerciale légitime... Nous devons protéger les ententes entre rivaux, ententes qui protègent et permettent le maintien de la concurrence; nous devons aussi protéger les ententes que conclut toute personne qui se livre à un commerce assujéti au jeu de la concurrence, afin d'empêcher la concurrence effrénée, du moment que ces ententes ne nuisent en rien au bien-être public. Le refus de ce droit favorisera inévitablement les combines capitalistes... Enfin, nous aurons la reconnaissance expresse par la loi du droit que possède le fabricant soumis au jeu de la concurrence de faire vendre ses marchandises à un prix uniforme par les détaillants. C'est conforme à l'équité et essentiel à l'existence des plus petites entreprises."

Quand le détaillant peut réduire les prix à son gré sur des articles portant une marque de fabrique, a prétendu M. Brandeis, non seulement le fabricant en souffre mais le revendeur et le consommateur en souffrent également. Le

[1] *Dr. Miles Medical Co. v. Park and Sons Co.*, 220 U.S. 409; *Bobbs-Merrill Co. v. Strauss*, 210 U.S. 339; *Bauer v. O'Donnell*, 229 U.S.1.

[2] 5 juin 1916.

[3] Brandeis, L.D.—*Cutthroat Prices, the Competition that Kills*, Harper's Weekly, 15 novembre 1913.

recours à un article sacrifié à prix inférieur au prix courant afin d'attirer les clients,—ou, comme on l'a appelé, l'article trompeur,—fait perdre au commerce toute confiance en cet article, au détriment de tous les intéressés. Il y a plus: la réduction des prix prépare la voie au monopole. C'est un des moyens les plus efficaces qu'ont employés les trusts de la Standard Oil et de l'American Tobacco pour exterminer les petits producteurs et détaillants indépendants. En fin de compte, le public y a perdu. "Le capital organisé et prévoyant assure, par ce moyen, la perte du consommateur laissé à lui-même et imprévoyant. Insouciant ou faible, il succombe à la tentation de gains immédiats peu importants et, en vendant son droit d'aînesse pour un plat de lentilles, devient lui-même l'instrument des monopoles".[1]

> En condamnant la fixation des prix, les gens irréfléchis n'ont pas su établir de distinction entre "le fabricant indépendant qui fixe le prix de son propre produit et le monopole ou le cartel qui fixe le prix d'un article commun du commerce". La fixation des prix n'était pas une tactique en vue de monopoliser, mais une méthode de réglementer et de protéger la concurrence. [2]

Le gouvernement canadien a proposé une loi appelée à rendre illégale la fixation des prix de revente. Ce projet de loi fait suite à un vœu du comité chargé d'étudier la législation relative aux coalitions, vœu que le comité a inclus dans son rapport intérimaire. Voici comment le Comité expose le critère dont il s'est servi:

> Par quels critères doit-on juger si la fixation des prix de revente constitue une pratique souhaitable ou non? On peut les énoncer sous forme simple par deux séries de questions.
>
> Premièrement, sous le régime de cette pratique, la détermination des prix, qui intéresse à la fois producteurs et consommateurs, est-elle confiée à un mode de contrôle social, s'exerçant grâce à la concurrence ou à la réglementation gouvernementale, ou bien à un mode de contrôle établi par une "loi" ou une entente privée? Cette pratique empêche-t-elle le consommateur d'exercer toute son influence pour déterminer les services qu'il consent à payer et ceux qu'il juge trop dispendieux? En résumé, cette pratique favorise-t-elle ou entrave-t-elle la concurrence?
>
> Deuxièmement, de quelle façon la fixation des prix de revente influe-t-elle sur les prix, la production, la distribution et la consommation? Encourage-t-elle l'efficacité du régime économique en fournissant au consommateur les biens et les services qu'il désire au prix les moins élevés possibles? Les ressources productives qu'il met à la disposition du mode de distribution sont-elles suffisantes sans être surabondantes? Telle est la signification du critère de l'efficacité économique.

Nous entendons démontrer, tout d'abord, que la fixation des prix de revente, loin de restreindre la concurrence, la favorise; deuxièmement, loin d'accroître le coût de la vie, elle exerce une influence stabilisatrice sur les prix. Nous procéderons par analyse et, comme il importe, par des exemples.

Analyse des marchés

Comme la concurrence est une des conditions propres au marché, il convient d'en examiner la signification.

Dans notre société, deux forces majeures appelées l'offre et la demande déterminent les prix. Il est également vrai que les prix influent sur l'offre et la demande. De plus, la somme du pouvoir d'achat en circulation influe sur les prix. Si l'on permet à ces deux forces de fonctionner librement sur les

[1] Mason, Alpheus Thomas,—Brandeis—A Free Man's Life, 1941, p. 425. Dans cette citation, les passages entre guillemets sont extraits d'une lettre de M. Brandeis à E. A. Van Valkenburg, en date du 13 juin 1913 et d'un manuscrit dactylographié sur la fixation des prix.

[2] Ibid.—p. 426.

marchés, sans ingérence de la part des particuliers ni des gouvernements, elles déterminent automatiquement:

1. ce qui doit être produit,
2. quelle quantité doit être produite,
3. pour qui il faut produire.

Par conséquent, dans la théorie[1] de la concurrence, les forces impersonnelles du marché fixent les prix. La théorie du *laisser-faire* démontre que les prix doivent réglementer l'activité commerciale. Voilà le point de vue orthodoxe qui nous vient de *The Wealth of Nations,* ouvrage écrit en 1775 par Adam Smith.

La concurrence signifie donc une situation commerciale où les acheteurs et les vendeurs sont si nombreux qu'un acheteur ou un vendeur, en particulier, ne peut exercer une influence sensible sur les prix.

D'autre part, le monopole est l'emprise conjuguée sur l'offre et la demande qui permet de régler le prix.

Il y a plusieurs genres de concurrence

1. La concurrence pure est celle qui est libre de toute influence monopolisatrice; et elle prévaut dans les conditions suivantes:

a) Le produit acheté et vendu doit être uniforme et identique pour tous les vendeurs, de sorte que les acheteurs s'adresseront à un autre producteur du moment qu'il y aura le moindre écart de prix.

b) Le marché doit compter tellement d'acheteurs et de vendeurs que les achats ou les ventes de l'un ou l'autre d'entre eux n'auront aucun effet appréciable sur le prix.

c) Il ne doit y avoir entre vendeurs aucune entente quant au prix ou à la qualité.

---

[1] Pourvu que la demande monétaire globale ne soit ni trop forte ni trop faible par rapport aux marchandises et services offerts en vente, et pourvu qu'il y ait une distribution suffisamment équitable de ce pouvoir monétaire d'achat, il existe sur le marché des forces agissantes qui encouragent l'emploi le plus économique des ressources de la collectivité. Les consommateurs recherchent surtout les denrées qu'ils désirent le plus et si la répartition du revenu et de la propriété est raisonnablement équitable, le prix qu'offre un consommateur peut être considéré comme aussi important que celui qu'offre un autre consommateur. Certaines marchandises devraient donc aller aux consommateurs qui en offrent le prix le plus élevé. De leur côté, les producteurs, s'ils en ont la liberté, verront, dans leur propre intérêt, à produire en plus grande quantité les articles pour lesquels les consommateurs offrent le plus haut prix par rapport au prix de revient et, en recourant à des innovations d'un caractère technique et en utilisant, lorsqu'ils le peuvent, des matières premières moins coûteuses au lieu de matières plus chères, ils produiront chaque article par les moyens techniques les plus efficaces et ils emploieront autant que possible les ressources qui sont en abondance (et, par conséquent, relativement meilleur marché) et le moins possible celles qui sont rares (et, par conséquent, plus coûteuses). En l'occurence, la liberté de choisir qu'ont les consommateurs, alliée au désir de réaliser un bénéfice, a pour résultat le plus grand avantage social possible.

Outre la surabondance ou la pénurie, ou encore la distribution inégale ou le pouvoir d'achat général, il existe malheureusement plusieurs raisons... pour lesquelles, dans des cas particuliers, cette heureuse coïncidence d'avantages privés et sociaux est inexistante. Cette tendance profonde est néanmoins à l'œuvre et, quand elle peut être efficace, la solution libérale du *laisser-faire* ou de la concurrence libre, est celle qu'il faut indubitablement adopter. Elle allie la liberté personelle complète au maximum d'efficacité économique.

Une des principales fins de cette ligne de conduite est donc de veiller à ce que ce principe s'applique dans la plus grande sphère d'activité possible. Le mobile du bénéfice ne sera à l'avantage de la société que si les producteurs n'exploitent ni le consommateur en limitant la production et en augmentant par ce moyen le prix des produits qu'ils vendent, ni la main-d'œuvre (ou autres éléments de production) en réduisant le nombre des ouvriers qu'ils emploient et en dépréciant par là l'échelle des salaires qu'ils offrent.

Quand beaucoup de producteurs se font concurrence, chacun produisant une faible proportion de l'approvisionnement global d'un produit assez courant, et chacun n'employant qu'une faible proportion d'une catégorie d'ouvriers assez homogène, aucun producteur ne pourra exploiter le consommateur ni l'ouvrier. En effet, comme chaque producteur exécute une si faible partie de la production globale et emploie si peu de main-d'œuvre, un changement dans ses ventes ou dans sa main-d'œuvre seule aura une répercussion imperceptible sur l'ensemble du marché, pour ce qui est de ce produit ou de la main-d'œuvre. De plus, en produisant moins, il n'améliorera guère les conditions auxquelles il vend son produit et auxquelles se trouve assujétie la main-œuvre. Meade, James Edward (professeur de commerce à l'Université de Londres) Planning and the Price Mechanism, The MacMillan Company, New-York, 1949, p. 56 et suivantes.

Le marché du blé, pour ce qui est uniquement du cultivateur, représente presque exclusivement de la concurrence pure et simple. Du côté de l'acheteur, il est loin de l'être...[1]

Par rapport au nombre d'acheteurs et de vendeurs, la concurrence ne diffère pas autant du monopole, mais elle s'identifie à lui graduellement. Les acheteurs et vendeurs peuvent être au nombre d'un million, d'un millier ou d'une douzaine, mais il se peut aussi qu'on en compte un seul de chaque catégorie. A mesure que le nombre décline, les conditions vont de la concurrence pure et simple au monopole ou à la monopsonie.[2] (Au sens strict, monopole signifie un seul vendeur et monopsonie, un seul acheteur.)

(Monopole signifie un seul. Au sens strict, cela veut dire un seul vendeur. Toutefois, on emploie d'autres termes pour désigner un monopole relatif comme, par exemple, duopole, qui veut dire deux vendeurs et oligopole, qui veut dire plus de deux mais néanmoins un petit nombre. Monopsonie signifie un seul acheteur; duopsonie, deux acheteurs et oligopsonie, plus de deux mais sans vouloir dire un grand nombre.)

2. *Concurrence monopolisatrice*

Ces deux mots qui semblent s'exclure servent à décrire une situation commerciale où il existe un grand nombre d'acheteurs mais un bien petit nombre de fournisseurs. Les causes qui perpétuent un tel état de choses n'ont pas besoin d'être commentées ici. The Temporary National Economic Committee des États-Unis a noté ceci:

> Parmi les 1,807 produits (près de la moitié, quant au nombre, et plus de la moitié quant à la valeur, de ceux qui ont été énumérés dans le recensement des fabricants pour l'année 1937) il y en avait 291, soit plus du sixième, dont le principal fabricant produisait de la moitié aux trois quarts de l'approvisionnement total. Au cours d'une année quelconque entre 1930 et 1940 une société, dans chacun de ces domaines a produit 40 p. 100 du rendement national d'alcool industriel, 40 p. 100 des produits de maïs, 41 p. 100 des instruments aratoires, 50 p. 100 des

---

[1] En effet, il se peut qu'un ou deux élévateurs locaux seulement achètent le blé. Cela constitue un monopole ou un duopole ou, plus précisément, une monopsonie ou une duopsonie, puisque tous deux représentent le côté de l'acheteur du marché... Un producteur de blé sur un million n'exerce qu'un effet minime sur le prix en offrant ou en retenant sa part de l'approvisionnement global. Il peut vendre tout son blé au prix courant, mais pas la moindre quantité à un prix plus élevé. Un producteur sur mille n'exerce qu'une influence bien peu sensible sur le prix; un sur douze peut avoir un effet marqué mais le producteur qui est seul peut fixer son propre prix.

Quant au produit lui-même, il peut être tout à fait ou presque identique pour tous les producteurs. Il peut être encore légèrement ou fort différent. Le blé dur n° 1 est presque identique pour tous les producteurs, quoique non parfaitement, car les échantillons de blé n° 1 diffèrent très légèrement les uns des autres. D'autres produits de la ferme sont moins uniformes que le blé,—les fruits et le bétail, par exemple,—et il se peut que ceux-ci soient différents au point de permettre à certains producteurs d'exiger un prix plus élevé et qui comporte une certaine trace de monopole. Puisqu'il existe une certaine différence, certains acheteurs paieront le prix exigé plutôt que de se procurer les équivalents les plus acceptables. Tout boisseau de blé dur n° 1 est l'équivalent presque parfait d'un autre boisseau du même blé, mais une vache laitière ou un bœuf de boucherie ne sauraient être l'équivalent parfait d'une autre bête. John Ise,—Economics, p. 181.

[2] Pour s'écarter davantage de l'identité presque absolue d'un produit, disons que les Kellogg's Corn Flakes ressemblent beaucoup au Post Toasties; ils diffèrent cependant assez les uns des autres pour que certains acheteurs qui préfèrent les Post Toasties refusent d'accepter les Corn Flakes comme produit équivalent aussi satisfaisant et qu'ils soient disposés à payer plus cher, s'il le faut, afin de se procurer leur céréale favorite. Le producteur des Post Toasties doit faire face à la concurrence d'autres producteurs de céréales mais, comme aucune autre préparation n'est parfaitement identique à la sienne, il peut exiger un prix qui comporte un certain élément de monopole.

"Dans la sphère du monopole presque absolu comme, par exemple, les sociétés d'éclairage à l'électricité, nous constatons que le gaz et le pétrole sont de bien pauvres équivalents de l'électricité, de sorte que ces sociétés d'éclairage possèdent un puissant pouvoir monopolisant. Ainsi, l'identité des produits, varie depuis l'identité presque parfaite du blé dur n° 1 jusqu'à la grande différence entre les moyens d'éclairage; le pouvoir monopolisant varie en conséquence." John Ise,—Economics, p. 181.

serviettes, 60 p. 100 des pots à confiture, 66 p. 100 des conserves de soupe et 85 p. 100 des appareils et matériaux pour combattre les incendies. On dit qu'en 1932 une société a fabriqué 65 p. 100 des négatifs de films cinématographiques, 75 p. 100 des positifs de films cinématographiques et 85 p. 100 des films de projection fixe pour amateurs.

Deux sociétés ont fabriqué 70 p. 100 des appareils électriques lourds, 70 p. 100 des moteurs électriques et 75 p. 100 des wattmètres produits en 1923. Elles ont également fabriqué 80 p. 100 des transformateurs de distribution et des transformateurs d'énergie ainsi que 89 p. 100 des générateurs qui étaient en service en 1925[1].

...en 1935, dans 54 industries dont quelques-unes étaient très importantes, les quatre maisons les plus considérables ont produit plus des deux tiers, en valeur, de la production globale; et en 1937, à l'égard de 121 articles, quatre des plus importantes firmes ont fabriqué plus des trois quarts de la production globale.[2]

HUIT GROUPEMENTS FINANCIERS ET LEUR ACTIF, 1935[3]

(en millions de dollars)

—	Morgan-First National	Rockefeller	Kuhn-Loeb	Mellon	Du Pont	Chicago	Cleveland	Boston
Industriels	$ 3,920	$ 4,262	$ 0	$ 1,648	$2,232	$ 858	$ 1,066	$ 425
Chemins de fer	9,678	0	9,963	153	0	0	0	0
Banques	4,421	2,351	548	672	396	2,595	338	740
Services d'utilité publique	12,191	0	342	859	0	813	0	554

TOTAL $61,025

Chez les économistes l'ouvrage qui fait autorité sur les méthodes de fixation des prix sous le régime de la concurrence monopolisatrice est celui de M. Edward Chamberlain. Il est intitulé *Theory of Monopolistic Competition* et a été publié par la *Harvard University Press* en 1936.

La concurrence monopolisatrice s'éloigne beaucoup de la concurrence pure et simple. Sous le régime de la concurrence pure et simple il y a un si grand nombre de vendeurs qu'aucun ne peut influer sensiblement sur les prix, étant donné que l'un quelconque des producteurs n'a la haute main que sur une petite partie des approvisionnements et que sur un petit secteur de la main-d'œuvre. Sous le régime de la concurrence monopolisatrice, il n'y a que quelques vendeurs ou producteurs et ces quelques personnes disposent d'une forte partie des approvisionnements. Le régime de fixation des prix de l'une de ces personnes peut influer considérablement sur les prix.

3. *Concurrence imparfaite*

La concurrence imparfaite joue dans le cas d'un marché où il y a de nombreux vendeurs, mais où chacun cherche à établir une légère distinction entre son produit et ceux de ses concurrents. Souvent cette distinction est très peu prononcée et même imaginaire dans certains cas. Il arrive aussi qu'elle a trait aux conditions de vente, comme un emplacement tout particulièrement favorable.

Si d'une part la limitation du nombre des vendeurs caractérise la concurrence monopolisatrice, la différence dans le produit ou les conditions entourant la vente sont la caractéristique de la concurrence imparfaite.

[1] Temporary National Economic Committee, monographe nº 21 pp. 113-114.
[2] Ise, John,—*Economics*, p. 135.
[3] Comité des ressources nationales *The structure of the American Economy*, Partie 1, p. 161

C'est à ce dernier groupe d'articles vendus sous le régime de la concurrence imparfaite, que la fixation du prix de revente s'applique le plus facilement. La distinction établie entre les produits est sanctionnée par les gouvernements qui accordent à cette fin des brevets, des marques de commerce et des droits d'auteur.

4. *Concurrence acharnée ou destructive*

"On dit que la concurrence est acharnée ou destructive quand l'inactivité et la charge des frais fixes portent les vendeurs, à tour de rôle, à réduire les prix au point qu'aucun ne peut obtenir le prix de revient de ses produits ni réaliser de bénéfices raisonnables sur sa mise de fonds."[1]

5. *Concurrence ruineuse et discriminatoire*

Quand un vendeur abaisse ses prix à seule fin d'éliminer un concurrent, on dit que la concurrence est ruineuse.

Quand un vendeur restreint la baisse à une partie de ses ventes qui fait concurrence à celles d'un autre vendeur, on dit que cette concurrence est discriminatoire.

Le concurrent qui abaisse ses prix peut:

a) abaisser les prix uniformément, en sacrifiant délibérément ses gains pour le moment afin de s'assurer un monopole et des bénéfices ultérieurs.

b) choisir les localités où il abaissera provisoirement ses prix tout en les maintenant dans d'autres, pour les relever de nouveau lorsqu'il aura éliminé ses rivaux locaux.

c) établir une disparité de traitement entre les produits, en abaissant provisoirement ses prix à l'égard d'une marque, tout en les maintenant à l'égard de certaines autres, et en abandonnant l'article sacrifié quand il a atteint son but.

C'est l'intention qui constitue la preuve de la concurrence ruineuse et discriminatoire et seul celui qui la pratique peut en avoir la certitude absolue.

6. *Concurrence autre qu'à l'égard des prix*

Sous le régime de la concurrence pure et simple le produit acheté et vendu doit être uniformisé, identique pour tous les vendeurs, de manière que les ache-

[1] Le doyen Joel, (École supérieure de commerce, Université Columbia) *Managerial Economics, 1951*, p. 52.

On ne saurait trouver de meilleure illustration de cette forme de concurrence que celle qu'en donne M. Lloyd G. Reynold, professeur d'économie politique à l'Université Yale, dans l'*American Economic Review*, Vol. 30, pp. 736-744, décembre 1940. Quelques citations feront voir la situation: "Les économistes ont longtemps soutenu que la concurrence libre tend à favoriser l'efficacité économique. Les hommes d'affaires, cependant, sont demeurés singulièrement sceptiques à cet égard. Dans les publications commerciales et aux congrès de manufacturiers on qualifie la concurrence de "ruineuse", "déloyale", "acharnée", "destructive". La réglementation de la concurrence au moyen de brevets, de droits, de coalitions, d'associations commerciales et d'ententes officieuses est un des principaux objectifs du monde des affaires.

Les méthodes de concurrence condamnées par les hommes d'affaires prennent deux formes bien distinctes qu'on devrait établir bien clairement. La concurrence acharnée parfois a trait à l'annonce frauduleuse, à l'altération des produits, à la corruption commerciale, à la diffamation des concurrents et à d'autres pratiques frauduleuses semblables. Il est reconnu de façon générale que ces pratiques sont répréhensibles, et ainsi elles ne posent aucun problème grave en ce qui concerne la politique à suivre.

En second lieu et peut-être plus fréquemment, la concurrence acharnée a trait à des mesures qui visent directement ou indirectement à avilir le régime existant des prix... La concurrence acharnée, ainsi définie, ne peut surgir que lorsque les éléments fixes engagés dans l'industrie accusent un excédent de capacité..."

On trouve ensuite une étude empirique de la concurrence acharnée dans l'industrie des textiles. Puis Reynold conclut ainsi:

"Le rajustement, bien entendu, a été pénible pour plusieurs des intéressés à l'industrie. Les principaux perdants n'ont pas été les propriétaires des filatures de la Nouvelle-Angleterre, car dans la plupart des cas leurs mises de fonds avaient été complètement amorties par des gains antérieurs, mais ce furent les ouvriers de ces filatures. Leur fermeture a privé d'emploi quelque 100,000 ouvriers de la Nouvelle-Angleterre, et plusieurs d'entre eux chôment encore.

teurs passent d'un producteur à un autre quand les prix accusent un écart si petit soit-il. D'autre part, la différenciation du produit est une caractéristique tant de la concurrence monopolisatrice que de la concurrence imparfaite. Ainsi la concurrence pourra se manifester du point de vue de la qualité, du modèle, de la publicité et de l'art de vendre.

Clair Wilcox soutient que, "La concurrence à l'égard de la qualité et du service peut tout aussi bien donner plus à l'acheteur pour son argent que la concurrence en matière de prix. La concurrence sous forme de service peut, cependant, contraindre l'acheteur, en vue de se procurer une denrée quelconque, à payer quelque chose qu'il n'utilise pas ni ne désire. La concurrence à l'égard du modèle peut satisfaire l'acheteur mais elle peut aussi détruire la valeur de la marchandise qu'il achète en la rendant désuète plus vite. La concurrence sous forme de publicité et dans l'art de vendre sont les compléments nécessaires de la concurrence du point de vue de la qualité, du service et des modèles, mais elle ne donnera peut-être pas en elle-même au vendeur une valeur égale à ce qu'elle lui coûte. Chacune de ces formes de concurrence est une caractéristique commune des marchés où les fabricants écoulent leurs marchandises destinées à la consommation."[1]

7. *Concurrence efficace ou pratique*

Clair Wilcox explique de façon très concise ainsi qu'il suit cette forme de concurrence dans le Monographe nº 21 du comité provisoire de l'économie, 1941:[2]

On peut dire que la concurrence entre vendeurs, bien qu'imparfaite, est efficace ou pratique si elle offre aux acheteurs de véritables alternatives leur permettant, en passant d'un vendeur à un autre, d'influer sensiblement sur la qualité, le service et le prix. La concurrence, pour être efficace, ne comporte pas nécessairement la standardisation des denrées; elle nécessite, cependant, la substitution facile d'un produit à un autre; elle peut se manifester à l'égard de différences dans la qualité et le service aussi bien que dans le prix... Elle requiert la présence dans ce marché de plusieurs vendeurs, tous capables de survivre et de progresser, et le maintien de conditions qui perpétuent la menace d'une concurrence possible de la part des autres. On ne peut s'attendre qu'elle existe dans les domaines où les vendeurs sont si peu nombreux, les mises de fonds nécessaires si considérables, et la charge de frais fixes si lourde, qu'une guerre de prix (sic), ou une menace de ce genre, conduit inévitablement à des ententes collusoires entre commerçants. ...La concurrence entre vendeurs est donc efficace et pratique quand les acheteurs peuvent effectivement exercer un choix entre les méthodes commerciales de leurs fournisseurs.

8. *Divers*

Nous avons défini la concurrence comme étant une condition ou une situation d'un marché et nous en avons brièvement décrit les principales formes. Cependant, il existe un grand nombre de situations commerciales.[3] M. J. M. Clark, professeur d'économie politique à l'Université Columbia, déclare que le nombre de combinaisons possibles du point de vue mathématique se chiffre par centaines de milliers; il ajoute que chaque industrie peut différer à certains égards importants de toute autre, ou d'elle-même à une autre phase de son évolution."[4]

---

[1] Wilcox, Clair,—dans *Competition and Monopoly in American Industry*, Comité provisoire de l'économie nationale, monographe nº 21, 1941.

[2] *Ibid.*

[3] Oxenfeldt, Alfred R.,—*Industrial Pricing and Market Practices*, 1951, p. 70.

[4] Clark, John Maurice,—*Vers un concept de concurrence pratique* reproduit dans *Readings in the Social Control of Industry*, 1942, p. 456.

L'expression "Marché" utilisée ici a trait à toutes les circonstances qui influent sur la production, la vente, le coût et la demande d'un produit.

L'analyse et la description susmentionnées des situations commerciales sont évidemment superficielles. M. Alfred R. Oxenfeldt a récemment écrit un ouvrage de 602 pages sur le sujet. On se sert d'Oxenfeldt comme de la "raison d'état" parce que dans son rapport provisoire le comité chargé d'étudier la loi sur les coalitions a cité 24 lignes de cet ouvrage colossal à l'appui de son opinion que "le niveau général des prix est plus élevé sous le régime de la fixation du prix de revente qu'il ne le serait si la concurrence existait." En outre, la question de savoir s'il y a lieu ou non d'adopter une loi restreignant la fixation des prix de revente dépend de ce point de vue. Nous sommes d'avis que, bien qu'il soit matériellement impossible de consigner au compte rendu le texte entier de l'ouvrage d'Oxenfeldt, il est possible de signaler les conclusions formulées dans l'ouvrage qu'a cité le comité susmentionné.

Oxenfeldt déclare dans ses conclusions que, "Les quelques généralisations qui découlent des chapitres précédents ne font que démontrer la complexité d'une explication réaliste de la question des prix. On est tenté de conclure au sujet des prix que, comme les personnes, "tous sont différents les uns des autres"... l'analyse détaillée des prix qui est présentée dans cet ouvrage indique que chaque prix est unique sous quelque rapport important. On n'a découvert aucune explication bien simple à l'égard des prix, comme dans le cas de la loi de l'offre et de la demande."

Les conclusions générales de l'ouvrage sont au nombre de douze. On les présente ici pour démontrer que la norme de jugement énoncée dans le rapport provisoire et à laquelle on attache tant d'importance est tout à fait insuffisante en ce qui concerne l'appréciation de la fixation du prix de revente.

CONCLUSIONS GÉNÉRALES[2]

Premièrement, les hommes d'affaires semblent avoir une répugnance universelle à l'endroit de la rivalité qui s'impose pour que la concurrence pure et simple ou même la concurrence pratique puisse exister. Rien n'indique que l'opinion publique tolérerait l'intensité de la rivalité, et la frêle solvabilité que comporte la concurrence pure et simple. En conséquence, les hommes d'affaires sont presque toujours en quête de moyens pour se soustraire aux rigueurs de la concurrence. Il arrive souvent qu'ils gagnent l'appui des tribunaux et du public, qui probablement considèrent la concurrence pure et simple comme de la concurrence ruineuse. Les efforts tentés par les hommes d'affaires en vue de diminuer la sévérité de la concurrence donnent fréquemment de bons résultats; plus souvent, ils n'obtiennent pas tout ce qu'ils désiraient, mais le fonctionnement des marchés n'en est pas moins grandement modifié par ces tentatives visant à atténuer les effets de la concurrence.

Deuxièmement, beaucoup d'hommes d'affaires se laissent influencer fortement par des considérations qui les portent à résister à l'impulsion de vendre au prix fort et à refuser d'accepter des prix plus bas que ceux qu'ils considèrent équitables, même si un prix moins élevé leur permettraient de réaliser de plus gros bénéfices. Les hommes d'affaires n'ont pas réussi à établir des cloisons étanches entre leur vie commerciale et leurs relations sociales. Bien que les normes de la morale en affaires soient bien différentes,—on dit qu'elles sont moins élevées,—de celles qui régissent les relations sociales en dehors du monde des affaires, les actes des hommes d'affaires sont en partie motivés par des considérations d'ordre moral. L'importance de plus en plus grande accordée aux rapports avec le public a porté les hommes d'affaires à faire connaître les normes de leur éthique professionnelle. Et une fois qu'ils ont donné à entendre ou déclaré quelle était leur ligne de conduite en vue de gagner la confiance du public, leurs actes futurs sont en partie dictés par ces déclarations.

[1] Oxenfeldt, A.R.,—*op. cit.*, p. 577.
[2] Oxenfeldt, A.R.,—*op. cit.*, pp. 579-582.

Toutefois, en temps de guerre ou d'inflation, beaucoup de firmes ne semblent songer qu'aux bénéfices. Il est évident qu'alors il y va de l'intérêt de la nation d'éviter les hausses de prix. Elles ont lieu, cependant, et elles sont apparemment en contradiction avec la déclaration selon laquelle les hommes d'affaires se laissent fortement influencer par des considérations d'ordre moral. Une firme tiendra compte de ces considérations surtout quand elle est en évidence ou pourrait le devenir. Par exemple, une importante maison d'affaires hésite à augmenter les prix la première en temps de crise nationale.

Toutefois, beaucoup de firmes de peu d'importance ou d'importance moyenne relèveront les prix pendant ces périodes. Il arrive souvent que la majoration des prix se fera d'abord sentir dans les secteurs de l'industrie où la concurrence est la plus forte, comme l'agriculture et les textiles. Dès que la hausse a atteint un grand nombre de prix, la direction des importantes sociétés industrielles n'hésitera pas longtemps à augmenter ses prix. Il est beaucoup plus facile pour elles de motiver les majorations de prix quand plusieurs autres établissements y ont déjà recouru, et dans une certaine mesure leurs majorations passent presque inaperçues parmi toutes celles qui ont déjà eu lieu.

Troisièmement, une forte partie de l'activité commerciale n'a pas lieu dans les bureaux ou sur le marché. Le succès en affaires dépend souvent du résultat de négociations avec des concurrents et de démarches qui peuvent influencer le gouvernement en faveur de l'industrie. L'axiome selon lequel "des choses égales à la même chose sont égales entre elles est indiscutable, mais la déclaration portant que "les affaires sont les affaires" n'est pas complètement vraie.

Quatrièmement, les hommes d'affaires jouissent d'une grande latitude quant à la fixation des prix et aux méthodes de vente. Ils ne disposent pas de panacées infaillibles lorsqu'ils ont à faire face à des difficultés. Les hommes d'affaires ne sont pas non plus de simples pantins à la merci des forces irrésistibles du marché. Le mode de fonctionnement du régime industriel dépend de l'activité des hommes d'affaires, qui sont en mesure d'améliorer ou d'empirer le fonctionnement de l'économie. Notre régime industriel est dirigé par l'initiative privée plutôt que par une économie au fonctionnement automatique.

Cinquièmement, les conditions entourant la production et la vente de denrées, qui peuvent entrer dans le cadre d'une explication des prix, sont multiples. Le rôle de chacune semble dépendre d'un concours d'autres circonstances. Il peut être tentant de généraliser au sujet des prix en se fondant sur les caractéristiques que présente la structure du marché, mais c'est dangereux. De même, l'approbation par le public de certaines circonstances afférentes à la structure et la condamnation de certaines autres sans tenir compte de toutes les circonstances connexes est une erreur fréquente.

Sixièmement, personne ne sait à quoi s'en tenir au sujet des pénuries relatives d'éléments de production, de leur apport productif, de la valeur pour le consommateur d'autres produits et des autres circonstances connexes qui devraient déterminer le rendement en divers produits. Les hommes d'affaires sont fort peu renseignés, et ne peuvent savoir tout ce que nous voudrions qu'ils sachent, au sujet de la demande pour leur production, et l'établissement du prix de revient prête parfois à de graves erreurs. En définitive, les calculs des hommes d'affaires ne sont que des conjectures. Même s'ils étaient au courant de la situation en ce qui concerne le coût et la demande, il est peu probable qu'en portant les bénéfices au maximum dans les circonstances existantes on puisse atteindre les meilleurs résultats dont l'économie est capable.

Septièmement, souvent les prix ne constituent pas l'élément le plus important du programme de vente de l'homme d'affaires. L'activité visant à stimuler les ventes, les rapports avec les distributeurs ou les fournisseurs, la conclusion d'ententes contractuelles et autres mesures de ce genre semblent préoccuper davantage les hommes d'affaires que ne le fait la détermination des prix. Ils ont très probablement raison de croire que les prix sont moins importants que certains des autres éléments de la politique commerciale.

Huitièmement, l'intervention de l'État influe de multiples façons sur les prix de presque tous les produits. L'économie américaine est assujétie à de nombreuses régies. Cependant, la plupart de ces règlements visent à accroître le revenu de l'industrie réglementée et la sécurité des vendeurs qui en font partie plutôt qu'à protéger le public. Le paternalisme de l'État n'est pas chose nouvelle, mais de nouveaux groupes obtiennent de l'aide de l'État. On pourrait dire que les prix sont assujétis à un nombre considérable de règlements, mais à une très faible ingérence de la part de l'État.

Neuvièmement, des éléments importants influent sur les prix d'une denrée au cours de leur ascension verticale à partir du producteur de la matière première jusqu'au consommateur. Le prix définitif d'un produit s'explique en grande partie par la succession de prix auxquels il passe d'une firme à une autre au cours de sa transformation. Il y a lieu de croire que le passage de denrées entre diverses mains n'est pas de nature à favoriser l'utilisation convenable des ressources, de sorte que souvent l'intérêt public y gagnerait à diminuer le nombre des intermédiaires.

Dixièmement, la rivalité entre vendeurs est presque irrépressible. Les accords qui empêchent la concurrence à un stade des opérations commerciales la font, règle générale, surgir à un autre. A moins que les entreprises ne se fusionnent, l'incompatibilité de leurs intérêts se fera sentir même si elles concluent avec leurs concurrents des accords embrassant de vastes domaines. Le désir de prendre le pas sur les autres firmes dans l'industrie est un puissant mobile, et de nombreuses maisons d'affaires semblent incapables de le contenir même pour en retirer des avantages de longue portée. Comme les hommes d'affaires reconnaissent de plus en plus la futilité de la concurrence en matière de prix, ils intensifient leurs efforts en vue d'éclipser leurs concurrents en ce qui concerne l'art de la vente et l'amélioration de la qualité de leurs produits.

Onzièmement, l'intensité de la concurrence peut être en soi une cause de monopole. Ce paradoxe apparent s'explique facilement. Si une industrie est en butte à une concurrence tellement rigoureuse que la plupart des vendeurs et des employés en souffrent considérablement, l'État viendra probablement à son secours en lui permettant d'exercer des privilèges monopolisateurs. Cette forme d'aide de la part de l'État à une industrie n'exige pas de relèvement des impôts et en conséquence elle exerce un charme irrésistible sur les législateurs. Si le gouvernement ne les aide pas, les hommes d'affaires pourront être poussés à conclure des accords entre eux afin d'assurer leur survivance. L'abus d'une bonne chose peut devenir mauvais; et cela vaut surtout pour la concurrence.

Douzièmement, une rivalité très intense dans le domaine de la vente a souvent des effets pernicieux. Comme on vient de l'indiquer, il peut en résulter un monopole. La hausse des prix peut en découler sans qu'il y ait eu entente entre les concurrents, car la multiplication des moyens de production augmente le coût. La création d'installations superflues fait surgir des facteurs qui en définitive peuvent causer l'augmentation des marges de bénéfices.

En dernier lieu, on ne saurait estimer la valeur des accords industriels et des méthodes de fixation des prix qu'en se fondant sur une analyse de toutes les circonstances pertinentes touchant des cas concrets. On n'a encore établi aucun critère utile à l'intérêt public (et il est peu probable qu'on le fasse) qui permet d'apprécier sûrement les éléments de l'édifice industriel ou des méthodes commerciales en général sans se rapporter à l'ensemble de la situation où le fait se produit.

L'appréciation des ententes industrielles, même si elles tiennent compte de toutes les circonstances pertinentes, n'a que peu de valeur à moins qu'on ne compare les conditions existantes à une alternative accessible. Les seules situations qu'il y a lieu de modifier sont celles qu'on peut améliorer,—il ne suffit pas d'en imaginer qui pourraient être meilleures.

Rien dans ces conclusions ne donne même à entendre que la fixation des prix de vente devrait être mise hors la loi dans l'intérêt public. De fait de nombreux passages indiquent le contraire, par exemple: "il arrive souvent que la majoration des prix se fait sentir d'abord dans les secteurs de l'industrie où la concurrence est la plus forte." "Il peut être tentant de généraliser au sujet des prix en se fondant sur des caractéristiques que présente la structure du marché, mais c'est dangereux." "Comme les hommes d'affaires reconnaissent de plus en plus la futilité de la concurrence en matière de prix, ils intensifient leurs efforts en vue d'éclipser leurs concurrents en ce qui concerne l'art de la vente et l'amélioration de la qualité de leurs produits." "L'abus d'une bonne chose peut devenir mauvais; cela vaut surtout pour la concurrence."

"Il est indéniable que les méthodes de fixation des prix varient selon les firmes et les circonstances. Les généralisations vagues sont presque toujours inexactes." p. 198.

"Comme on l'a indiqué, les variations dans la qualité sont souvent un moyen d'échapper à la futilité de modifier les prix. Elles permettent aux vendeurs agressifs de chercher à atteindre le succès sans toucher aux prix. Dans cette mesure, les variations dans la qualité contribuent à la stabilité des prix." p. 204. "Comme on l'a démontré, les efforts qu'on tente en vue de réussir en améliorant la qualité de son produit ont contribué considérablement à relever le niveau de vie." "L'amélioration de la qualité d'un produit vendu à un prix déterminé équivaut en somme à la réduction du prix d'un produit dont la qualité n'est pas changée." p. 205. "Les firmes que la guerre des prix contraint à abandonner les affaires ne sont pas nécessairement les moins efficaces dans l'industrie. La survivance dans une guerre des prix à outrance dépend presque entièrement de la capacité à supporter les pertes... La force fait rarement le droit dans une sphère quelconque, et certes pas en affaires." p. 260.

Au sujet des prix régis par le marché (voir p. 175) Theodore J. Kreps écrit:

Il est évident que les prix régis par le marché ne sont pas nécessairement des prix raisonnables ni des prix équitables, car ils sont essentiellement le résultat fortuit de toutes les décisions divergentes prises par les producteurs et les consommateurs à l'égard de produits divers. Ils peuvent être incroyablement élevés comme l'ont été les prix des tulipes dans les Pays-Bas conservateurs lorsque les tulipes étaient en vogue, ou les prix des terrains en Floride et les actions ordinaires au cours des années vingt.

Si l'on applique ce que l'on peut appeler les normes sociales, bien souvent les prix n'ont aucun rapport avec les besoins des humains, car ceux qui n'ont pas d'argent n'exercent aucune influence sur les montants, les prix, ou le genre d'articles produits et distribués, sauf dans la mesure

[1] Kreps, Theodore J. (professeur d'économie commerciale, École supérieure de commerce, Université Stanford) dans *Economic Problems in a changing World*—Willard L. Thorp, éditeur, 1939, p. 263.

où ils bénéficient de la charité publique ou privée. En suivant le cours du marché, les producteurs fournissent des articles de luxe en abondance et même les futilités extravagantes de Palm Beach, tandis qu'un tiers de la population est si mal nourrie, si mal vêtue et si mal logée que la mortalité infantile, la morbidité et l'incidence des maladies sont plus élevées qu'en Europe, et que les cultivateurs pendant ce temps obtiennent des prix si bas qu'on laisse la moisson pourrir dans le champ. Les prix régis par le marché ont rapporté à Milton moins de $100 pour les sept années de labeur qu'il a consacrées à la production du manuscrit du *Paradis perdu* et affamé le merveilleux génie producteur de Franz Schubert au point de le conduire à un trépas prématuré à l'âge de trente et un ans.

Les prix régis par le marché peuvent être bas au point d'avoir des conséquences funestes. Ils condamnent les femmes et les enfants à ruiner leur santé dans les ateliers où on les exploite, dans des fabriques et dans les houillères où ils touchent un salaire démoralisateur et fomentateur de crimes, qui n'a aucun rapport à l'efficacité ou à la productivité et qui ne tient compte de rien si ce n'est de l'exploitation la plus éhontée de la faim et du besoin par l'avarice. Les prix régis par le marché présentent un autre désavantage; ils provoquent parfois une concurrence qui aboutit au chaos comme dans l'industrie de la houille et qui éventuellement la détruit en suscitant la création de cartels et de monopoles... Ils sont des conséquences si fâcheuses pour les producteurs que ces derniers recourent à des moyens susceptibles de détruire le marché, comme la discrimination, la guerre des prix, les contrats fermes, les indépendants fantômes, le dumping, "le boycottage" des concurrents peu importants ou débutants et d'autres manœuvres de guérilla en vertu desquels ils manipulent les prix et les changements de prix, de façon réelle et implicite, de manière à obtenir ou à conserver la maîtrise...

M. V. W. Bladen, professeur d'économie politique à l'Université de Toronto en discutant la question du "Blé et du régime des prix" [1] s'exprime ainsi qu'il suit:

> Notre discussion du régime économique afférant au blé nous a conduit dans un monde bien différent de celui de notre régime modèle des prix au Chapitre III. Cependant, il y est semblable du fait que la famille constitue d'ordinaire l'unité de production et en ce que le nombre des petits producteurs est si considérable que la concurrence existe par le fait même. Aucun cultivateur ne peut espérer que la réduction de ses emblavures ou la retenue d'une partie de sa récolte influera sur le prix du blé. Par ailleurs, les contrastes sont évidents, surtout du point de vue des résultats. L'adaptation de la production à la consommation à un prix qui permet aux producteurs de toucher un revenu à peu près égal à celui des autres producteurs, comme nous l'avons vu dans le modèle, est visiblement absente dans le véritable régime économique du blé.

Le revenu national du Canada est tombé de 5 milliards de dollars en 1929 à un peu plus de 2 milliards et demi en 1933. Le blé seul ne saurait expliquer tout cet écart. Cependant, le fléchissement du rendement des fermes de la Saskatchewan par près de 200 millions de dollars peut se traduire, au moyen du multiplicateur Keynesian, par une réduction globale de 700 à 800 millions de dollars dans le revenu national. [2]

De 1929 à 1933 le prix du blé a baissé d'environ 66 p. 100, tandis que la moyenne de la baisse dans le cas d'un grand nombre "d'articles que les cultivateurs achètent" n'a été que de 25 p. 100, et moins élevée encore à l'égard de plusieurs articles importants. [3]

---

[1] Bladen, V. W.,—*An introduction to Political Economy*, 1948, p. 116.
[2] Ibid,—p. 119.
[3] Ibid,—p. 120.

"Cependant on n'a pas laissé le régime des prix atteindre les pires résultats; le gouvernement fédéral a pris certaines mesures, dont quelques-unes n'ont eu que très peu d'efficacité, en vue d'accroître le revenu des cultivateurs qui avaient du blé à vendre."[1]

A notre avis:

1. Le gouvernement fédéral n'est pas d'avis qu'il y a lieu de laisser l'homme à la merci des prix déterminés par des forces impersonnelles et aveugles comme l'offre et la demande.
2. Le gouvernement intervient à l'égard du prix courant lorsqu'il n'existe qu'un seul producteur, par exemple, en réglementant les services d'utilité publique.
3. Le gouvernement fédéral contrecarre la concurrence en approuvant les syndicats ouvriers. Au sens économique, les syndicats ouvriers sont des monopoles, mais leur statut légal nous empêche de les accuser de restreindre le commerce, et le gouvernement en établissant les règlements relatifs aux conventions collectives aide les syndicats ouvriers à se soustraire au régime de la concurrence en matière de prix.
4. Le gouvernement de la province d'Ontario s'immisce dans l'établissement de prix de concurrence pour le lait par l'entremise de la Commission ontarienne de régie du lait. "Quiconque vend le lait en bas du prix établi commet un délit."[1]

L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE DE DÉTAIL AU CANADA

Environ 4,200 pharmacies font le commerce de détail des produits pharmaceutiques au Canada. Chaque établissement vend de 7,000 à 15,000 articles différents. Environ 20 p. 100 de ces produits sont assujétis au régime de la fixation des prix de revente. Dans aucun autre domaine il n'y a autant de produits portant des marques de commerce et des marques de fabrique. On vend ces articles sous le régime de la concurrence imparfaite dont la définition est donnée à la page 177. On y dit que cette concurrence existe dans un marché où il y a de nombreux vendeurs mais où chacun cherche à établir une légère distinction entre son produit et ceux de ses concurrents; distinction que sanctionne et protège le gouvernement fédéral au moyen de marques de commerce qu'il autorise en les inscrivant.

Les observations qui figurent aux pages 170 et 171 au sujet de la concurrence efficace ou pratique s'appliquent dans le cas présent, à savoir que la concurrence entre vendeurs, même si elle est imparfaite, peut être tenue pour efficace ou pratique si elle offre aux acheteurs un véritable choix, en leur permettant de passer des produits d'un fabricant à ceux d'un autre. On peut facilement vérifier l'existence d'un choix réel de produits en jetant un rapide coup d'œil sur les rayons de presque toutes les pharmacies.[2]

FIXATION DU PRIX DE REVENTE EN TANT QU'AIDE AUX ACHETEURS

"L'achat devrait être une affaire bien simple, non pas une épreuve d'ordre technologique", d'après M. Walton H. Hamilton, autrefois professeur de droit à la faculté de droit de l'Université Yale.[3]

---

[1] Bladen, V. W.,—An Introduction to Political Economy, 1948, p. 116.

[2] Le nombre de marques d'articles choisis achetés en 1930 par des familles de l'agglomération de Milwaukee a été le suivant: brosses à dents, 256; pâte dentifrice, 76; savons de toilette, 65; eaux dentrifrices, 68; crèmes à barbe, 73; insecticides, 61.—*Recent Social Trends*, rapport du président du comité de recherches sur les tendances sociales, 1933, p. 876.

En 1937, lors de l'examen du projet de loi Miller-Tydings, M. E. L. Newcomb, vice-président exécutif de l'Association nationale des pharmaciens-grossistes, a déclaré que leur liste renfermait 200 marques de pâte dentifrice et que l'énumération complète dépasserait probablement 1,000; il a aussi ajouté qu'il y a quelques années une liste partielle de poudres de toilette et de laxatifs comprenait 1,200 et 2,000 marques respectivements.—75e Congrès, 1re Session sur H. R. 1611, Série 1, 27-29 janvier, 1937, pp. 26, 58.

[3] Hamilton, Walton H.—Introduction aux "mesures législatives concernant les aliments et drogues", par Stephen Wilson, 1942.

Sous le régime économique du "laissez faire", la détermination des prix par les forces de l'offre et de la demande dans un marché assujéti à la concurrence dépend de deux considérations, soit de l'embauchage intégral et du comportement rationnel. Par comportement rationnel on entend que le client agit toujours sciemment dans son propre intérêt. Cette doctrine s'appliquait peut-être à l'époque d'Adam Smith quand le commerce était entre les mains de petits hommes d'affaires indépendants et de fortune à peu près égale et quand le nombre d'articles offerts en vente était relativement insignifiant, si on le compare à la grande multiplicité d'articles qu'on trouve sur le marché aujourd'hui.

> A mesure que la physique, la chimie, la biologie et la bactériologie ont été intégrées les unes après les autres dans les arts industriels, les méthodes de production sont devenues nombreuses, compliquées et différentes. Seul le spécialiste peut connaître la qualité de la marchandise, et encore il lui faudra recourir à l'éprouvette et aux instruments de précision pour en être certain. Cet état de choses tend à accroître de plus en plus l'ignorance du consommateur à l'endroit des articles qu'il utilise. Le consommateur est un amateur; il ne sait à peu près rien de la multiplicité des méthodes de fabrication et des ingrédients que renferme une denrée. Il ne peut juger si la consommation d'un article contribue à son bien-être personnel. Même si nous étions tous, comme les philosophes du dix-neuvième siècle le supposaient, omniscients comme l'Olympien, il serait ridicule de s'attendre que chaque personne doive résoudre elle-même les problèmes auxquels nous avons tous à faire face... Un organisme devrait agir pour le compte de tous les acheteurs; on devrait établir des normes régissant l'accès au marché des aliments et des drogues.[1]

On a recours à deux mesures en vue de faciliter la tâche du consommateur et de le protéger. L'une consiste dans l'établissement de normes en vertu de la loi des aliments et drogues et l'autre, dans l'établissement de marques par les manufacturiers. Le fabricant qui identifie sa marchandise au moyen d'une marque assume la responsabilité d'en maintenir la qualité. Tout client qui achète d'après la marque manifeste directement son mécontentement à cet égard grâce à ses achats. Les marques encouragent la répétition des ventes. Le client n'a pas à s'inquiéter de la décision à prendre chaque fois qu'il achète une autre unité d'un même produit. Les marques sont une garantie contre la substitution des produits et un moyen de faciliter la présentation de nouveaux articles.[2]

Elles facilitent le magasinage si on exige un prix assez stable pour le produit d'une marque, qu'elle soit d'importance nationale ou privée. On peut acheter le *Star* de Toronto à 3c. et le *Globe and Mail* à 5c. La pâte à dents "Pepsodent" se vend 33c. et 60c., la "Listerine" 33c. et 55c., la "MacLeans" 43c. et 69c., la "Tamblyn's" 33c. et la "Klenso" (produit Rexall) 39c. et 59c.

Immédiatement après la fin de la guerre civile aux États-Unis, John Wanamaker fut l'initiateur du régime des prix fixes. Jusqu'alors on déterminait les prix à la suite de marchandages entre clients et vendeur. "Aucun prix n'était indiqué sur la marchandise et le client, en apprenant le prix d'un article,

---

[1] Hamilton, Walton H.—Introduction aux "mesures législatives concernant les aliments et drogues", par Stephen Wilson, 1942.

[2] Chaque fois que la science met au point une nouvelle invention comme la radio, ou apporte une nouvelle amélioration à un article connu, les faits à ce sujet sont en quelques mois répandus jusqu'aux endroits les plus reculés du pays. Ces annonces font connaître aux clients les nouvelles denrées et les améliorations apportées aux anciennes, ainsi que de nouvelles utilisations de ces dernières. Ils apprennent quelles sont les vitamines que contiennent certains aliments, quels sont les savons fabriqués d'huile végétale, quelles marques d'autos sont munies du dispositif du moteur flottant, de glaces de sécurité, de ressorts articulés. Ils savent comment distinguer entre les différentes marques du même produit.—George Burtin Hotchkiss dans l'ouvrage intitulé *An Outline of Advertising*, p. 80.

cherchait à marchander et à faire baisser le prix, tandis que le commis-vendeur, de son côté, cherchait à le maintenir aussi élevé que possible tout en effectuant la vente. Wanamaker changea ce régime du tout au tout et fit étiqueter le prix sur toutes les marchandises; ces prix étaient les seuls auxquels on pouvait vendre ces marchandises en tout temps. On abandonna la méthode du marchandage... Bien que les clients et d'autres magasins s'opposèrent énergiquement à ce changement, cette méthode se généralisa en peu de temps dans les magasins à rayons, ainsi que dans presque tout le reste du commerce de détail."[1]

Personne n'oserait soutenir maintenant que nous devrions retourner à la pratique du marchandage en vue de l'établissement du prix chaque fois qu'on fait un achat. L'univers ne pourrait accomplir sa tâche efficacement si le client et le vendeur devaient gaspiller autant de temps. Le commerce du détail a évolué depuis que John Wanamaker a institué le régime du prix fixé. Il a fait un autre pas en avant quand on a adopté le programme de la fixation du prix de revente dans tous les principaux pays capitalistes de l'univers. Ce régime facilite les achats au client. "L'achat devrait être une affaire bien simple."

L'un des plus importants détaillants du vingtième siècle, feu Edward A. Filene de William Filene and Sons de Boston, a dit que, "l'achat à un prix fixé est la méthode la plus avantageuse d'acheter toutes les choses d'utilisation générale."[2]

> La concentration de tous les stocks en trois catégories de prix accroît considérablement les ventes, parce que cette méthode permet d'offrir de plus grandes valeurs dans les marchandises à prix plus élevés, tout comme les magasins à succursales qui vendent des articles à bas prix peuvent en offrir dans leur sphère d'activité. L'achat à un prix fixé est la méthode la plus avantageuse d'acheter toutes les choses d'utilisation générale. L'écoulement des marchandises est rapide, le choix du client est simplifiée et le temps et l'effort qu'exige la vente sont moins considérables. Le plan du stock modèle est une forme de standardisation du commerce de détail qui accroît sensiblement les ventes, diminue les frais de distribution et augmente les bénéfices, parce qu'il permet au marchand d'offrir de meilleures valeurs, des assortiments complets et un choix très considérable, ce qui facilite l'écoulement rapide de la marchandise. Cet accroissement considérable du pouvoir d'achat dans ces trois catégories de prix porte les fabricants à offrir des marchandises de meilleure valeur, parce qu'il est possible de réaliser de plus fortes économies si la production est organisée en fonction des prix fixes.[3]

La fixation du prix de revente empêche le marchand d'induire le public en erreur au moyen des "articles sacrifiés". Cette pratique vise à faire croire au client que les magasins où l'on vend des articles à sacrifices exigent aussi des prix moins élevés qu'ailleurs à l'égard de toutes leurs marchandises. Si les clients n'achetaient que les articles sacrifiés à ces magasins, ces derniers auraient tôt fait de fermer leurs portes.

Ils doivent se reprendre sur d'autres marchandises dont le consommateur ne connaît pas la valeur. Comme l'écrivait Louis D. Brandeis, "la réduction des prix ouvre la voie au monopole".

Lors du procès intenté au criminel, en 1943, au trust de l'A & P, où jugement a été rendu contre celui-ci, les directeurs de ce trust ont fait les énoncés significatifs suivants:

> ...Il peut nous être nécessaire d'exploiter notre commerce sans profit pendant plusieurs semaines... avant la date à laquelle le con-

[1] Baker, Harold A.—*Principles of Retail Merchandising*, 1939, p. 160.
[2] Filene, Edward A.—*Next Steps Forward in Retailing*, 1937, p. 108.
[3] *Ibid.*—p. 108.

current se propose d'ouvrir son établissement, afin que nos bas prix impressionnent les gens de la collectivité et que ces derniers continuent de faire leurs emplettes chez nous après l'ouverture du magasin du concurrent.[1]

...Maintenant chaque fois que nous avons vent de l'ouverture de l'un de ces magasins, nous élaborons un programme spécial trois semaine d'avance, de sorte que, le moment venu pour les concurrents d'ouvrir leurs portes, ils ne peuvent guère nous enlever des clients.[2]

Le régime des prix fixes de revente aide à empêcher l'expansion du monopole des magasins à succursales multiples.

Les magasins à succursales tendent indubitablement à dépouiller une ville de son autonomie dans la sphère économique qui lui est propre. Tout comme les grandes entreprises en général, ils tendent à faire d'un village ou d'une ville une simple colonie économique des grands centres financiers qui dirigent les magasins à succursales et les comptoirs postaux, colonie peuplée, en partie, par les employés des magasins en cause qui n'éprouvent pas à l'égard de la collectivité la même fierté ni le même intérêt que les marchands indépendants.

Au surplus, comme nos puissantes entreprises commerciales hautement intégrées, les magasins à succursales multiples sont efficaces; toutefois, ils tendent à centraliser la richesse et la puissance économique, à faire des mercenaires de certains hommes qui, autrefois, avaient l'occasion d'exercer modestement leur propre esprit d'entreprise; ils tendent aussi à priver la collectivité de direction, de dignité, de fierté et de responsabilité sur le plan local. Il appartient à chacun de juger si les économies qu'ils permettent de réaliser à l'égard des prix compensent ces lacunes.

La conclusion générale qui s'impose sans doute, à l'égard des magasins à succursales multiples, c'est qu'il serait malheureux de les éliminer complètement et non moins malheureux de les laisser s'emparer complètement du commerce de détail. Sans l'existence des magasins à succursales, certains détaillants indépendants constitueraient des monopoles locaux en vue d'exploiter les consommateurs, comme certains l'ont fait avant l'arrivée des magasins à succursales. Par ailleurs, si les magasins à succursales étaient tout à fait maîtres du commerce de détail, ils pourraient constituer un autre genre de monopole. Le jeu actuel de la concurrence entre les magasins à succursales et les magasins indépendants est utile aux deux groupes.[3]

Bon nombre d'États de la république voisine ont des lois destinées à empêcher le recours à l'article sacrifié.

Ces dernières années on a également tenté aux États-Unis la réglementation juridique des prix de revente au moyen de l'interdiction des ventes à un prix inférieur au prix coûtant. Trente États ont de ces lois qui s'appliquent généralement aux ventes de gros et de détail. On les désigne sous les appellations diverses de lois sur les méthodes déloyales ou de lois sur les ventes déloyales. On peut aussi les appeler lois contre l'article sacrifié, parce qu'elles renferment une disposition qui vise les articles de qualité connue que l'on choisit en vue de la vente au-dessous du prix coûtant à titre d'articles sacrifiés. En outre, le Michigan possède une loi de ce genre dont l'application est restreinte aux produits de la boulangerie et du pétrole; l'Ohio possède également une loi ne visant que les cigarettes.

[1] Cité par Edward M. Brecker dans *Consumers Reports*: Gouvernement contre A & P, publié par l'Union des Consommateurs, janv. 1950, p. 37.
[2] Même source.
[3] John Ise, *Economics*, p. 329.

Ces lois ont toutes été adoptées par les divers États au cours de la décennie qui a précédé immédiatement la seconde guerre mondiale. Aucune loi fédérale n'interdit les ventes à perte. La raison qui a motivé l'adoption de ces lois, c'est que, dans des circonstances ordinaires, toute vente à perte est nécessairement trompeuse. Aucun grossiste, ni aucun détaillant ne peut poursuivre indéfiniment son commerce s'il vend à perte. S'il vend régulièrement certains articles à un prix inférieur au prix coûtant, les prix de vente des autres articles de son établissement doivent être majorés non seulement de façon à faire les frais de ces articles, mais aussi pour compenser les pertes subies à l'égard des articles vendus au-dessous du prix coûtant. On choisit, en vue de les sacrifier, des articles de qualité connue. Ordinairement, le consommateur n'a aucun moyen de savoir à quel degré on a majoré les prix d'articles de marque inconnue ou non courante.[1]

Le régime des prix fixes de revente affermit la concurrence

"L'émulation à aller de l'avant en améliorant la qualité de son produit a sensiblement aidé à relever les normes d'existence. L'amélioration d'un produit se vendant à un prix donné équivaut passablement à la réduction du prix d'un produit dont la qualité resterait inchangé."[2]

Les fabricants de produits pharmaceutiques ont affecté des millions de dollars aux recherches scientifiques en vue d'améliorer les produits existants et d'en découvrir de nouveaux. Le directeur des recherches et de la mise au point aux laboratoires de E. R. Squibb & Sons de New-Brunswick (N.-J.), le docteur A. F. Langlykke, a annoncé hier l'aménagement à ces laboratoires d'un nouveau service de radio-isotopie ... Avant tout au service d'autres divisions de recherche, le nouveau laboratoire utilisera les isotopes en vue de retracer et d'aider à calculer les effets de nouveaux produits pharmaceutiques."[3]

En 1948, un botaniste d'Yale, le docteur Paul Burkholder, a découvert un nouveau produit merveilleux, la *Chloromycétine*. C'est un produit provenant de micro-organismes tirés du sol de Caracas (Venezuela). Le 29 mars 1949, la maison *Parke, Davis and Company* a annoncé qu'elle avait réussi la synthétisation de la *Chloromycétine*. Spécifique contre le typhus, le produit s'est également montré utile dans le traitement d'autres maladies.

Les gouvernements des pays capitalistes accordent des droits de brevet et des marques de fabrique à ces grandes sociétés afin de leur permettre de recouvrer les frais de leurs recherches et de poursuivre leurs découvertes. Le fabricant a le droit d'établir les prix qu'il exige du grossiste. Dans bien des cas, il propose le prix minimum de détail. Si le fabricant est autorisé à fixer ses prix de façon à couvrir ses frais et à toucher un bénéfice raisonnable, pourquoi le pharmacien, qui maintient un service d'hygiène publique et dont la situation est unique dans le commerce de détail, ne serait-il pas autorisé lui aussi à recouvrer ses frais et à réaliser un bénéfice raisonnable sans avoir à subir la concurrence déloyale de son rival qui veut sa ruine.

Ces fabricants réduisent leurs prix courants et par le fait même le prix de détail exigé du consommateur dès qu'ils peuvent mettre au point les procédés chimiques et l'outillage voulus pour produire un article donné sur une grande échelle et à bas prix; à preuve, la maison Merck & Co. Inc. a réduit le prix de

la cortisone de 90 p. 100 en deux ans,
la vitamine B_{12} de 96 p. 100 en deux ans,
la streptomycine de 97 p. 100 en cinq ans.

De plus, le prix de la pénicilline au sodium, par capsule de 100,000 unités, a baissé de $1.20 à $2.50 qu'il était en 1946, à 30c. en 1949.

---

[1] Paul C. Olsen, *Marketing Drug Products*, 1948, p. 38.

[2] A. R. Oxenfeldt, Op. cit., p. 205.

[3] *New York Times*, 11 novembre 1951.

Aujourd'hui, le rendement d'une maison influe beaucoup sur le niveau du prix de revient par unité du produit qu'elle fabrique.[1] Il serait futile d'établir des prix de revente à un niveau ne permettent pas d'écouler les produits par les voies du commerce de distribution.

La fabrication et la distribution des produits pharmaceutiques sont essentiellement assujéties au jeu de la concurrence. Les lois édictées contre les trusts et les monopoles ont même parfois tendance à empêcher la production et la vente économiques des articles. Le 29 janvier 1951, le juge fédéral William F. Smith a ouvert la voie à la production en série de cortisone afin d'en mettre le prix à la portée de la plupart des victimes de l'arthrite. La nouvelle ordonnance permettra à la Shering Corporation of Bloomfield, Organon, Inc. d'Orange, à la Ciba Pharmaceutical Products Inc., de Summit, et à Merck & Company Inc., de Rahway, ainsi qu'à la Research Corporation de New-York, de donner suite à une entente en vue de mettre en commun leurs brevets relatifs à la cortisone et d'autoriser d'autres fabricants à exploiter lesdits brevets. Le ministère de la Justice s'est réservé le droit d'intenter des poursuites à l'égard de toute violation des lois contre les trusts qui pourrait se produire à la faveur de ces mesures de mise en commun et d'autorisation.[2]

Les trois cinquièmes des produits pharmaceutiques qu'on trouve aujourd'hui sur le marché sont nouveaux, ne remontant qu'à 1945. Ils sont le fruit des recherches. En 1949, on a affecté aux recherches, au bas mot, trente-cinq millions de dollars. L'établissement des prix constitue pour les fabricants de nouveaux produits un problème difficile à résoudre. De nouveaux produits, en effet, viennent rapidement prendre la place des anciens. Il faut donc, dans l'établissement du prix, tenir compte de la durée probable du produit. Parfois, il faut se hâter de recouvrer les frais de mise au point. Les fabricants doivent s'assurer des voies suffisantes de distribution pour écouler ces produits pharmaceutiques nouveaux et capables souvent de sauver la vie. L'établissement de débouchés stables et bien organisés doit faire partie du programme de vente des fabricants. Comme l'a signalé Grether, "A la faveur des circonstances qui existaient autrefois, les fabricants les plus solidement établis pouvaient souvent obtenir les services des commerçants sans ou presque sans les rémunérer, ou même jouissaient d'une subvention versée à contre-cœur; aujourd'hui, les commerçants exigent que les produits portant la marque de ces fabricants leur rapportent des bénéfices."[3]

Il est bien établi que peu de pharmaciens pourraient poursuivre leur commerce s'il ne consistait qu'à vendre des produits pharmaceutiques et à remplir des ordonnances de médecins. Le pharmacien doit vendre une foule d'autres produits, tels les spécialités médicales, les remèdes d'usage courant, les articles de toilette et autres afin de défrayer ses dépenses et de pouvoir maintenir un service d'hygiène publique pour la vente des produits pharmaceutiques et l'exécution des ordonnances du médecin lorsque les circonstances l'exigent. S'il doit soutenir la concurrence ruineuse des magasins à succursales et des magasins à rayons dans la vente de bon nombre de ces articles, il lui faut exiger une plus forte rémunération pour ses services professionnels sous peine de se voir contraint de fermer ses portes. Si bon nombre de pharmaciens sont obligés de fermer leurs portes, de nombreuses collectivités seront entièrement privées des services de pharmacie. Les magasins à rayons et les épiceries, qui ont un assortiment restreint de ces produits pharmaceutiques, ne sont pas ouverts le soir, les jours de congé, ni le dimanche; d'ailleurs, les épiceries qui vendent ces articles ne rendent pas les services professionnels des pharmaciens.

[1] Richard A. Lester, "Shortcoming of Marginal Analysis for Wage Employment Promblems", *American Economic Review*, mars 1946, vol. 36.

[2] *New York Times*, 30 janv. 1951.

[3] E. T. Grether, *Price Control Under Fair Trade Legislation*, p. 294.

D'où il suit que la fixation des prix de revente concourt à maintenir dans chaque collectivité des pharmacies convenables munies d'approvisionnements suffisants de produits pharmaceutiques et de services d'exécution d'ordonnances médicales, ce qui est un bienfait inestimable pour chacune des collectivités. On a reconnu l'importance du problème il y a déjà plusieurs siècles, soit au début du dix-septième, lorsque le seigneur du comté de Schleiz a donné au conseil de Schleiz l'ordre d'enjoindre aux marchands et colporteurs de respecter la loi, c'est-à-dire, "de ne pas s'emparer de ce joyau précieux et utile à la ville et au pays, au détriment de l'apothicaire", mais de se contenter des articles qu'ils ont l'autorisation de vendre.[1]

La fixation facultative des prix de revente pendant plus de dix ans aux États-Unis a donné des résultats étonnants et opéré un changement marqué dans la pharmacie même. Il y a eu un fléchissement prononcé du "volume". Ce fléchissement est surtout accusé dans quatre domaines: rafraîchissements non alcooliques, bonbons, alcool-vin-bière, et tabac. Par ailleurs, la vente d'articles d'hygiène produit aujourd'hui, pour la première fois depuis plusieurs décennies, plus de la moitié de la totalité des ventes de l'établissement. Il en doit être ainsi. De tous les services de pharmacie, c'est celui de l'exécution des ordonnances médicales qui a accusé, l'an dernier, le plus fort gain en dollars; le plus fort gain en pourcentage a été réalisé par les articles de premier soin[2]. Il y a ici compensation, car à mesure que la pharmacie recouvre son prestige et la place qui lui revient de droit dans la collectivité et abandonne certains domaines du commerce qui ne se rattachent pas logiquement à celui de la pharmacie, les autres détaillants bénéficient du commerce auquel il renonce.

On a dit que le régime des prix fixes de revente dépouille de leur droit d'obtenir des articles à meilleur compte les clients que n'intéressent pas les services offerts par les magasins en cause. Au premier abord, cet énoncé semble assez conforme à la vérité, mais nous l'avons déjà démontré, lorsque des marchandises se vendent à prix plus bas, d'autres doivent être et sont de fait majorées, si bien que ni le client, n'y la société n'y gagnent rien. Même s'il en était ainsi, ce ne serait pas une raison suffisante pour bouleverser les méthodes actuelles de vente et le coût de la vie n'en serait pas réduit comme le veut le Gouvernement en réclamant l'adoption d'une mesure interdisant la fixation des prix de revente. Ceux qui annoncent des réductions de prix ne réduisent les prix qu'à l'égard de certains articles en vue d'attirer la clientèle. Si leurs frais sont inférieurs à ceux des autres, ils devraient être contraints de vendre tous leurs produits à prix plus bas. On n'a cependant révélé aucun écart notable entre les frais encourus par les divers détaillants dans l'exploitation de leur commerce.

Une étude récente des frais d'exploitation tant dans les zones du commerce loyal que dans celles qui ne sont pas assujéties au loyal commerce (l'expression "commerce loyal" désigne aux États-Unis le régime des prix fixes de revente) a révélé les faits suivants:[2]

1. Les frais d'exploitation des pharmacies dans les États assujétis au commerce loyal équivalent à 26·17 p. 100 des ventes; d'autre part, les frais d'exploitation des pharmacies de la zone non assujétie au commerce loyal représentent 27·57 p. 100 des ventes.

[1] "In dem 1585 Joachim Kestner in Landsberg A. W. angstellten Apothéken-privileg wird das Verbot des Materialien-und Gewdrz-handels sowie des Wein-une Aquavitausschanks ausserhalf der Apotheke damit begrundet, dass letztere "von den Medizinalein night leben konne." Anfang des 17 Jahrunderts befiehlt der Landesherr des Herrschaft Schleiz dem Schleizer Rate, die Kramer und Storer "Dazu anzuhalten der apotheke" diesem kostbarlichen und gemeinen Staft und Land sehr nutzbaren Kleinod keinen Eingriff zu tun and dadurch in Verderben zu setzen, "sich vielmehr an denjen Stucken, die sie zu fuhren befugt sind, genugen zu lasen."— A. Adlung et G. Urdang, *Gundriss der Geschichte der Deutschen Pharmazie*, p. 101.

[2] Current Research Studies On Fair Trade, p. 5 (Étude complète ci-jointe).

2. Les pharmacies assujéties au commerce loyal accusent donc une supériorité de rendement correspondant à 1·4 p. 100 des ventes; toutefois, le tableau comparé des établissements des deux zones révèle que ceux des États assujétis au commerce loyal l'emportent de 5·35 p. 100 en efficacité sur ceux de la zone non assujétie au commerce loyal.
3. L'efficacité des méthodes d'exploitation des pharmacies dans tout le pays, pour les deux zones, est beaucoup inférieur à celle de bon nombre de vastes établissements de détail qui comptent sur l'article sacrifié pour attirer la clientèle. (Incidemment, les études qui se poursuivent au *Harvard Graduate School of Business Administration* révèlent que les frais d'exploitation de tous les magasins à rayons des États-Unis ont été, en moyenne, en 1948, de 31·15 p. 100 des ventes.)

Les frais d'exploitation de la maison H. R. Macy & Co. de New-York sont montées de 13·65 p. 100 qu'ils étaient en 1888 à plus de 30 p. 100 en 1930.[1]

FRAIS D'EXPLOITATION DES MAGASINS À SUCCURSALES ET DE TOUS LES MAGASINS DE CATÉGORIES CHOISIES, 1935[2]

Le chiffre des ventes nettes égale 100 p. 100

Catégorie	Magasins à succursales	Tous magasins
Moyenne	24·9	22·9
Épicerie	16·7	12·8
Épicerie et boucherie	17·4	14·9
Marchandises de tous genres	22·9	20·7
Magasin à rayons	23·1	29·2
Articles divers	26·9	26·6
Vêtements et articles pour hommes	29·7	26·8
Chaussure	29·7	27·9
Accessoires d'automobile	30·0	28·9
Postes d'essence	30·0	18·1
Pharmacie (avec bar aux rafraîchissements)	26·7	23·9

Provenance: *Census of Business*, 1935; *Retail Chains* (1937) pages 33-37; et *Retail Operating Expenses* (1937) p. 8.

* Abstraction faite du salaire du propriétaire dans le cas des entreprises non constituées en corporation.

VENTES ET FRAIS D'EXPLOITATION DES MAGASINS À SUCCURSALES COMPARÉS, PAR GENRE DE COMMERCE CHOISI, À CEUX DE TOUS LES AUTRES MAGASINS, 1935[3]

Genre de commerce	Pourcentage du chiffre total net des ventes	Frais d'exploitation: Pourcentage du chiffre net des ventes
Total pour les États-Unis—Tous genres de commerce	100·0	27·5
Magasins à succursales	22·8	25·0
Magasins indépendants et autres	77·2	28·3
Indépendants	73·1	28·4
Les autres	4·1	26·2
Épiceries (sans boucherie):		
A succursales	2·5	15·6
Les autres	4·1	22·8
Magasins mixtes (épicerie et boucherie):		
A succursales	4·9	17·5
Les autres	7·6	19·0

[1] Charles F. Phillips et Delbert J. Duncan, *Marketing, Principles and Methods*, p. 14.

[2] Ibid. p. 222.

[3] Paul W. Stewart et Frederic Dewhurst, *Does Distribution Cost Too Much?* pages 138-139.

	Pourcentage du chiffre total net des ventes	Frais d'exploitation: Pourcentage du chiffre net des ventes
Magasins à rayons:		
A succursales	2·7	24·7
Commande postale (par catalogue seulement)	1·2	23·7
Les autres	6·1	32·2
Magasins d'articles divers:		
A succursales	2·1	27·2
Les autres	0·2	26·5
Magasins de vêtements et d'articles pour hommes:		
A succursales	0·4	31·0
Les autres	1·6	28·5
Magasins de confections pour femmes:		
A succursales	0·6	28·8
Les autres	1·8	28·9
Magasins de chaussure:		
A succursales	0·8	29·6
Les autres	1·8	28·9
Postes d'essence:		
A succursales	1·3	29·9
Tous les autres	4·6	25·4
Magasins d'ameublement:		
A succursales	0·3	36·3
Tous les autres	1·8	34·6
Restaurants, cafétérias, salles à déjeûner:		
A succursales	0·7	54·5
Les autres	4·3	49·2
Bijouteries:		
A succursales	0·1	49·1
Les autres	0·6	41·2
Pharmacies:		
A succursales	0·1	26·1
Les autres	0·6	28·1

Les chiffres précités, extraits de *Does Distribution Cost Too Much?* ont été compilés par le Comité de distribution du Twentieth Century Fund qui a employé une équipe spéciale de recherches. Dans son ensemble, le travail constitue l'étude la plus complète des frais de distribution jamais effectuée en Amérique septentrionale. La statistique révèle que seuls les épiceries, les magasins d'articles divers et les postes d'essence (indépendants) ont des frais d'exploitation, moins élevés que les pharmacies indépendantes. Je doute fort que la collectivité désire que la distribution des remèdes se fasse par de telles voies. En outre, les pharmacies à succursales ne représentent que neuf dixièmes p. 100 de l'ensemble du commerce national de détail à un moment où peu d'États avaient adopté des lois relatives au commerce loyal. Toutefois, les pharmacies à succursales n'en détiennent pas moins environ le quart du commerce de détail des produits pharmaceutiques et leurs méthodes de réduction de prix constituent une grave menace pour l'avenir de nombreuses pharmacies indépendantes.

La fixation des prix de revente réduit le coût de la vie.

Si le prix des marchandises vendues sur le "marché libre" n'avait pas dépassé celui des articles assujétis au régime des prix fixes de revente, le Gouvernement n'aurait pas aujourd'hui à faire face au problème que pose le coût de la vie.

Nous soumettons, en guise de témoignages, les fruits de diverses études:

TABLEAU 2

INDICE DES PRIX DE CINQUANTE ARTICLES IMPORTANTS DE PHARMACIE AVANT ET[1] APRÈS LA DISTRIBUTION, SOUS LE RÉGIME D'UN CONTRAT DE COMMERCE LOYAL, POUR LES PHARMACIES À SUCCURSALES ET LES PHARMACIES INDÉPENDANTES D'IMPORTANCE DIFFÉRENTE

Le prix marqué égale 100

Importance Genre de magasin (chiffre d'affaires annuel)	Avant Commerce loyal	1939	Changement
1. Indépendant—Moins de $10,000	93·1	90·6	−2·5
2. Indépendant—de $10,000 à $20,000	92·7	89·3	−3·4
3. Indépendant—de $20,000 à $30,000	91·7	88·2	−3·5
4. Indépendant—de $30,000 à $50,000	90·6	87·3	−3·3
5. Indépendant—de $50,000 et plus	85·8	85·4	−0·4
6. Pharmacies à succursales, d'importance diverse	78·6	83·5	4·9
Moyenne pondérée	87·9	87·0	−0·9

Comment le "commerce loyal" a freiné la hausse des prix[1]

D'après une étude approfondie faite par l'Association nationale des pharmacies à succursales, les prix des produits pharmaceutiques et des articles de toilette n'ont augmenté que de 1·39 p. 100 de 1939 au 1er juin 1947. En fonction des achats effectués par le public dans les pharmacies la hausse des prix de 1939 à 1947 s'établit en moyenne à 3·12 p. 100 seulement.

L'étude se fonde sur les prix minimums de 7,334 produits pharmaceutiques et articles de toilette, vendus dans les pharmacies et qui sont assujétis au régime du commerce loyal depuis 1939. Le volume et la qualité de ces articles sont inchangés depuis 1939, de sorte que la comparaison entre les prix est juste. Il s'agit des produits de 250 fabricants qui fabriquent à peu près 85 p. 100 de tous les produits pharmaceutiques et articles de toilette vendus dans les pharmacies à succursales sous le régime du commerce loyal.

Le prix d'achat d'un produit de chacune de ces catégories au niveau de détail du commerce loyal, en 1939, aurait été de $14,403.29, tandis que le 1er juin 1947, il aurait été de $14,603.56. La hausse nette du prix de ces 7,334 articles, assujétis au régime du commerce loyal, n'a donc été que de $200.27, soit de l'ordre de 1·39 p. 100.

Comparaison entre 1939 et 1947

Denrées alimentaires	hausse de 103·7 p. 100	Hausse
Habillement	hausse de 85·1 p. 100	générale
Ameublement	hausse de 81·5 p. 100	de 59·3
Loyer	hausse de 4·7 p. 100	p. 100
Combustible, glace, électricité	hausse de 20·7 p. 100	
Divers	hausse de 38·5 p. 100	

Prix du commerce loyal à l'égard des produits pharmaceutiques et des articles de toilette .... hausse de 3·1 p. 100

L'Association nationale des magasins à succursales a chargé l'expert conseil, Joseph A. Fletcher, de faire une étude impartiale.

[1]H. J. Ostlund et C. R. Vickland, *Fair Trade and the Retail Drug Store*, 1940, p. 11.

	Articles	Aucun changement	Baisse	Hausse
Produits pharmaceutiques....	4,299	2,674	340	1,205
Vitamines	455	93	269	93
Cosmétiques	1,814	1,213	61	540
Articles de toilette.....	541	356	22	163
Divers	225	41	5	179
Résumé	7,334	4,377	697	2,260

La hausse des prix de la pharmacie assujétis au commerce loyal n'est que de 7·4 p. 100 tandis que celle des autres prix est de 14·8 p. 100[1]

Les prix des articles de pharmacies assujétis au commerce loyal n'ont monté au cours des 35 derniers mois que de 7·4 p. 100, soit exactement la moitié de la hausse des biens de consommation en général qui est de 14·8 p. 100.

C'est ce que révélait, la semaine dernière, le Bureau of Education on Fair Trade lorsqu'il a publié les résultats d'une enquête menée pour le compte du Bureau par McKesson & Robbins.

Les produits auxquels s'étend cette étude complète représentent plus des neuf dixièmes des ventes effectuées par la pharmacie, abstraction faite du bar aux rafraîchissements, du tabac et des revues.

Les articles de pharmacie non assujétis au commerce loyal accusent, du 1er janvier 1947 au 1er décembre 1950, une hausse de prix de 13·3 p. 100, presque égale à celle de l'indice des prix du consommateur.

"L'étude portait sur les articles de

53 fabricants de produits pharmaceutiques,
51 fabricants de spécialités
51 fabricants d'articles de toilette
74 producteurs d'articles divers

dont l'ensemble équivaut à plus des neuf dixièmes de la valeur globale s'établissant à 2,400 millions de dollars du commerce effectué par les pharmacies."

Ces chiffres ne sont pas, comme ceux de Grether et d'Oxenfeldt, sujets à la plupart des restrictions ordinaires (avant et après l'adoption de la législation, entre les zones géographiques où la fixation des prix est légale et celles où elle ne l'est pas, les différentes catégories de magasins, l'importance de la collectivité, le revenu ou la classe sociale du voisinage, et le prélèvement inégal d'échantillons d'un nombre restreint d'articles comme 54 et 117).

Reinhold P. Wolff prétend que la fixation des prix de détail en Europe n'a pas haussé le niveau général des prix, ni créé à un haut degré l'uniformité des prix, ni empêché l'expansion du commerce de détail à une grande échelle.[2]

"Pour les adversaires du commerce loyal, les conclusions les plus troublantes de ces études, celles qu'ils semblent préférer ne pas débattre, sont les suivants:[3]

1. Les prix des produits pharmaceutiques, vendus sous le régime du commerce loyal, ont été, dans l'ensemble, plus bas, dans les États qui ont adopté les lois sur le commerce loyal que dans les autres États.

2. Les articles assujétis au commerce loyal accusent une hausse de prix moindre que les articles qui n'y sont pas assujétis.

---

[1] *Chain Store Age*, octobre 1947.

[2] Reinhold P. Wolff, "Price Control under "Fair Trade" legislation, Round Table", *The American Economic Review*, vol. XXX, nº 1, supplément de mars 1950, pages 115-117.

[3] Kenneth Perry, "The Fair Trade Situation Today", dans le *Journal of the American Pharmaceutical Association*, Practical Pharmacy Edition, vol. XII, nº 10, octobre 1951, page 619.

3. La hausse des prix des articles assujétis au commerce loyal n'équivaut qu'à une très faible fraction de la hausse générale du coût de la vie. Voici une preuve réellement frappante. Au cours de la période de 1939-1950, alors que le coût de la vie est monté de 76 p. 100, la hausse du prix des articles de pharmacie non assujétis au commerce loyal a été de 29 p. 100, tandis que celle des mêmes articles assujétis au commerce loyal n'a été que de 10½ p. 100."

Le livre d'Oxenfeldt, intitulé: *Industrial Pricing and Market Practices* étant le seul témoignage cité dans son rapport intérimaire par le Comité chargé d'étudier la législation sur les coalitions, à l'appui de sa thèse d'après laquelle le régime des prix fixes de revente augmenterait le coût de la vie, nous signalons que le seul énoncé en ce sens que nous avons pu relever dans l'ouvrage se trouve à la page 429, dans les termes suivants: "Les deux faits confirment le faible témoignage empirique qui révèle que la moyenne des prix de détail a été augmentée par le régime des prix fixes de revente.

L'opinion populaire confond le régime des prix fixes de revente avec la simple fixation des prix. Ce n'est pas la même chose. Les prix établis par la Régie du lait en Ontario offrent un exemple de fixation des prix. La Régie fixe le prix de tout lait indépendamment du producteur ou du distributeur. Aucun distributeur ne peut s'écarter du prix établi sans encourir les sanctions de la loi. On n'a pas le choix. La seule solution qui reste pour la mère c'est d'employer du lait en boîte qui ne convient peut-être pas à son bébé. L'adulte a le choix entre diverses solutions. Sous le régime des prix fixes de revente, le producteur d'un article portant une marque de fabrique n'a que la faculté de fixer ou de ne pas fixer, selon sa méthode de vente, le prix de ses produits. Il ne fixe en aucun sens le prix des autres producteurs. (Voir page 25). Le consommateur a le choix entre des produits de nombreuses marques à des prix divers. La fixation des prix hausse ordinairement le coût de la vie. La méthode des prix fixes de revente ne le hausse pas.

Si le détaillant aime le régime des prix fixes de revente, il est naturel que les gens supposent que ce doit être parce qu'il en peut obtenir des prix plus élevés. On a démontré que c'est faux. Les détaillants n'obtiennent pas de prix plus élevés sous le régime des prix fixes. Ils bénéficient, toutefois, de la part du fabricant de marges de bénéfices plus considérables qu'autrefois. Les détaillants qui ne coupent pas les prix se désintéressent des articles qui sont sujets à de fortes réductions de prix et poussent la vente d'autres articles. Les ventes des fabricants finissent par s'en ressentir. Si le fabricant peut démontrer au détaillant que le prix sera fixe et lui rapportera une marge de bénéfices normale, le détaillant en favorisera la vente et le chiffre d'affaires du fabricant augmentera d'autant. On s'attend que, grâce à la collaboration du marchand qui encourage le fabricant à lui accorder une marge suffisante de bénéfices, le chiffre d'affaires augmentera. Ces marges ne constituent pas des profits pour le détaillant, mais un revenu. Lorsqu'il demande aux fabricants de lui accorder un revenu suffisant en retour de ses services, il adopte une attitude semblable à celle des syndicats ouvriers qui concluent des conventions collectives avec les patrons.

Oxenfeldt déclare: [1]

Si le maintien des prix de revente entraînait des changements sensibles et prolongés dans les marges de bénéfices des distributeurs, il aurait presque certainement des effets analogues sur les prix exigés du consommateur. Comme on l'a déjà signalé, les fabricants ont eu tendance à établir le prix minimum de détail de leurs produits près du niveau du prix auquel bon nombre de grands distributeurs vendaient ces produits et donc à un niveau plus bas que celui du prix exigé par les marchands indépen-

[1] A. R. Oxenfeldt, Op. cit., page 428.

dants. Les marges de bénéfices des détaillants y compris la moyenne des magasins indépendants, n'ont cependant pas diminué, les fabricants ayant eu tendance à abaisser le prix exigé du détaillant à l'égard des produits assujétis au régime des prix fixés. La *Federal Trade Commission* conclut:

> . . . les réductions de prix effectuées en 1939 par certains pharmaciens à l'égard de certaines denrées assujéties au maintien des prix de revente étaient en réalité des réductions si considérables des prix des fabricants que les détaillants, après avoir réduit les prix, touchaient des marges de bénéfices aussi considérables et, même plus considérables, dans certains cas, que celles dont ils jouissaient auparavant, alors que les articles en cause se vendaient à des prix de détail plus élevés.

Les mots importants des passages précités sont "changements" et "marges". Dire que si les marges de bénéfices des distributeurs changent, il en résultera des effets analogues sur les prix exigés du consommateur, se résume à dire qu'il y a eu un changement des prix exigés du consommateur. On a eu soin d'ajouter, cependant, "que les détaillants, après avoir réduit les prix . . ." Cela ne signifie pas que les prix exigés du consommateur sont montés, comme le donne à entendre le rapport intérimaire. Les marges de bénéfices des distributeurs peuvent monter et les prix exigés du consommateur baisser et les changements n'en être pas moins analogues.

Avant l'adoption des lois du loyal commerce		*Avant l'adoption des lois du loyal commerce*	
	Prix exigés du consommateur		Prix exigés du consommateur
Prix de revient du détaillant		Prix de revient du détaillant	

La marge est l'écart qui existe entre les deux lignes

M. E. T. Grether donne une juste idée de la situation en ces termes:

> Bien que la tendance à dominer la concurrence en matière de prix découle de différends au sein de l'industrie et du commerce et trouve sa plus profonde signification dans le jeu de ces forces, l'opinion favorable ou défavorable qui a cours dans le public s'exprime souvent en fonction du bien-être du consommateur.[1]
>
> L'aspect unique de la présente tendance vient des négociations en juxtaposition entre les fabricants jouissant de droits exclusifs à l'égard de leurs marques de fabrique et les détaillants organisés. . .[2]

Comme l'a signalé le biographe de Louis D. Brandeis,

> La décision (rendue par la Cour suprême contre le maintien des prix en 1913) a reçu l'approbation générale des consommateurs qui voyaient dans le régime des prix fixes une pratique monopolistique inspirée du désir de leur extorquer plus d'argent; des marchands qui estimaient avoir le droit de fixer leur propre prix de vente à l'égard des articles qu'ils achetaient; enfin, des adversaires du monopole qui voyaient dans les prix fixes une arme du monopole oppresseur. Brandeis avait la certitude que la Cour et la population favorisaient à leur insu le mal qu'elles voulaient supprimer: le moponole. L'erreur découlait, croyait-il, d'une connaissance insuffisante des faits.[3]

[1] E. T. Grether, *Price Control Under Fair Trade Legislation*, page 294.
[2] Ibid. p. 311.
[3] Alpheus Thomas Mason, *Brandeis A Free Man's Life*, p. 424.

Effets injustes de la législation interdisant le maintien des prix de revente

Dans son rapport intérimaire le Comité chargé d'étudier les lois sur les coalitions "recommande que soit considéré comme un délit, pour le manufacturier ou autre fournisseur, le fait de:

1. Recommander ou prescrire des prix minimums de revente pour ses produits. Ce serait injuste. Cela permettrait aux propriétaires de marques de commerce particulières de faire ce qui est interdit aux propriétaires de marques nationales.

Bon nombre de fabricants possèdent leurs propres magasins de détail. Certains établissements de détail possèdent également leurs propres fabriques. Il y a intégration dans les deux sens. Conformément à la loi projetée, les fabricants Rexall Drug Inc. qui possèdent leurs propres succursales de magasins L. K. Liggett, ne pourraient pas déterminer les prix minimums auxquels leurs propres produits se vendent dans leurs propres magasins. Or, Rexall compte parmi ses représentants plusieurs centaines de pharmaciens. En vertu de la loi projetée, ceux-ci pourraient vendre les produits Rexall à des prix inférieurs à ceux des magasins Liggett. Il y a bien d'autres cas semblables.

Les magasins à rayons, et d'autres qui possèdent leurs propres marques particulières, mais qui ne fabriquent pas leurs produits pourraient, à titre de propriétaires, établir des prix minimums, ce qui serait interdit aux propriétaires de marques nationales.

Commentaire sur les prix maximums.

Dans son rapport intérimaire, le Comité déclare: "Il est à remarquer que le Comité ne recommande pas que la prescription et l'imposition de prix de revente autres que les prix minimums deviennent un délit. Les fournisseurs seraient donc libres de proposer et d'imposer des prix maximums de revente." Le Comité poursuit: "Il est utile de comparer ces recommandations à la proposition britannique..." La proposition britannique renferme l'idée des prix maximums.

Il nous paraît difficile de concilier la logique de cette idée avec celle du reste du rapport. La loi permettrait au fabricant de fixer des prix maximums, mais lui interdirait d'établir des prix minimums. En outre, il aurait le pouvoir de faire respecter les prix maximums. Ce serait accorder au fabricant un pouvoir illimité. Il possède actuellement le pouvoir de déterminer des prix de vente au détaillant. S'il pouvait également déterminer les prix maximums auxquels le détaillant devra revendre ses produits, il serait nettement en mesure de fixer la marge de bénéfice maximum du détaillant. Le détaillant pourrait être "étranglé". Le marché noir remplacerait la vente au rabais.

Résumé

Ce qui s'impose, c'est la concurrence efficace, non pas la concurrence pure et simple. L'économie politique d'Adam Smith ignorait tout des problèmes ardus posés par l'apparition de nos machines. Le pionnier n'avait que quelques problèmes relativement simples à résoudre, mais aujourd'hui l'interdépendance des hommes, de certaines catégories d'hommes, de moteurs et de roues qui tournent, de grandes sociétés, de sociétés de portefeuille et d'empires industriels a posé des problèmes auxquels n'avait jamais rêvé Adam Smith.

"L'échange permet le commerce d'équivalents seulement lorsque les moyens en présence sont équivalents. Les rapports entre l'offre et la demande demeurent importants certes, non pas parce qu'ils déterminent le prix, mais parce qu'ils renforcent ou affaiblissent une des parties dans le conflit au sujet du prix."[1]

[1] Gambs, John S.—*Beyond Supply and Demand*, 1946, p. 14.

Les produits à marque de fabrique sont les seuls qui puissent être assujétis à la fixation du prix de revente. La vente s'en fait dans des conditions de concurrence imparfaite il est vrai, mais la concurrence joue véritablement parce que les producteurs sont nombreux et que le consommateur a d'amples occasions de faire un choix. "Les décisions de l'homme d'affaires sont aujourd'hui, de façon prédominante, orientées en fonction de la concurrence."[1] Les capitalistes puissants ne sont pas nécessairement ceux dont les entreprises sont les mieux organisées. De même, l'importance d'une entreprise n'est pas une indication de son rendement. La fixation du prix de revente renforce la position du détaillant indépendant vis-à-vis du fabricant dans la lutte au sujet des prix.

Il ressort des pages précédentes que la fixation du prix de revente aide le consommateur en faisant de l'achat dans les magasins une aventure plutôt qu'une épreuve technologique, qu'elle ordonne la distribution en offrant au détaillant une part convenable du revenu national en retour des services qu'il rend au fabricant et au consommateur, qu'elle favorise la concurrence et qu'elle abaisse le coût de la vie.

Les pharmaciens du Canada ne demandent pas de faveurs: ils veulent jouir d'un droit généralement reconnu dans les principaux pays commerçants.

Conclusion

Il aura été donné au juge Louis D. Brandeis, qui a défendu, aux États-Unis, la pratique de la fixation du prix de revente, de voir la Cour suprême, après avoir décidé en 1913 "que les fabricants d'articles brevetés ne pouvaient pas fixer le prix auquel les détaillants vendaient leurs produits au consommateur", revenir sur cette décision par ces mots (entre autres):

> L'objet premier de la loi est de protéger la propriété,—savoir l'achalandage,—du producteur, qui est toujours sienne. La fixation du prix est adoptée comme moyen approprié d'atteindre cette fin parfaitement légitime, et non pas comme fin en soi...
>
> Il ne s'agit pas ici uniquement d'une denrée, mais d'une denrée et de la marque ou marque de commerce qu'elle porte et qui en atteste et en garantit l'origine et la qualité. Les appelants sont propriétaires de la denrée; ils ne sont pas propriétaires de la marque ni de l'achalandage que représente cette marque. Et l'achalandage constitue une propriété au sens propre du mot, une propriété qu'il convient de protéger, par un texte législatif, contre tout dommage, au même titre que n'importe quelle autre espèce de propriété.

Dans une décision rendue à la Cour supérieure de Montréal le 14 novembre 1951, le juge Elphège Marier confirmait le droit de la société Frosst de refuser de livrer de la marchandise à la Pharmacie Montréal parce que celle-ci avait vendu des produits identiques à un prix inférieur au prix à la consommation fixé par la société Frosst. Le juge a reconnu avec le réclamant qu'il existait un contrat entre les deux parties, mais il a constaté que ce contrat renfermait une clause stipulant que la marchandise serait vendue par le détaillant à un prix non inférieur au prix énoncé au catalogue. La Pharmacie Montréal connaissait depuis vingt ans l'existence d'une telle clause. A tout événement, déclara le juge, il y a sur le marché d'autres produits que ceux fabriqués par la société Frosst.

Si la mesure tendant à interdire la fixation du prix de revente venait annuler ce jugement, ce serait un mouvement rétrograde relativement aux pratiques commerciales reconnues saines, du point de vue économique, dans tous les pays commerçants.

Les arguments, discussions et données qui précèdent sont soumis à votre attentif examen.

HORACE J. FULLER.

---

[1] Dean, Joel—(*Graduate School of Business*, Université Columbia) *Managerical Economics*, 1951, p. 47.

APPENDICE II

LISTE TYPE D'ARTICLES VENDUS DANS LES PHARMACIES, INDIQUANT LE PRIX MARQUÉ DE GROS, LE PRIX ORDINAIRE DE DÉTAIL ET LE POURCENTAGE DE BÉNÉFICE

LISTE DE PRODUITS FAISANT L'OBJET D'UNE RÉCLAME S'ÉTENDANT À TOUT LE PAYS

Quantité Unité	Description	Modèle	Prix de détail ordinaire	Prix-courant	Esc.	Montant	Pourcentage du bénéfice
			$ cents	$ cents		$ cents	
1/12 douz.	Aqua Velva WMS	5 onces	0.65	6.06	.....	0.51	21·53
1/12 douz.	Aqua Velva WMS	11 onces	1.30	12.12	.....	1.01	22·31
1/12 douz.	Aspirine Bayer	12	0.19	1.60	.....	0.14	26·31
1/12 douz.	Aspirine Bayer	24	0.29	2.54	.....	0.21	27·58
1/12 douz.	Aspirine Bayer	100	0.79	7.34	.....	0.61	22·78
1/12 douz.	Aspirine Bayer (enfants)	30	0.29	2.54	.....	0.21	27·58
1/12 douz.	Airwick	5½ onces	0.89	7.35	.....	0.61	31·46
1/12 douz.	Airwick	10 onces	1·39	11.45	.....	0.95	31·65
1/12 douz.	Airwick	15½ onces	1.89	15.60	.....	1.30	31·21
1/12 douz.	Airwick	16 onces	1.75	14.30	.....	1.19	32·0
1/12 douz.	Air Wick, aeromist	5½ onces	1.39	11.68	.....	0.98	29·43
1/12 douz.	Absorbine Jr	Essai	0.15	1.25	.....	0.10	33·33
1/12 douz.	Absorbine Jr	4 onces	1.19	11.25	.....	0.94	21·0
1/12 douz.	Absorbine Jr	12 onces	2.39	22.50	.....	1.87	21·75
1/12 douz.	Absorbine Vet	12 onces	2.39	22.50	.....	1.87	21·75
1 caisse	Pablum, mélange de céréales	12 x 8 onces	0.25	2.25	2	2.21	26·33
1 caisse	Palbum, mélange de céréales	12 x 16 onces	0.48	4.30	2	4.21	26·9
1 caisse	Pablum, farine d'avoine	12 x 8 onces	0.25	2.25	2	2.21	26·33
1 caisse	Pablum, farine d'avoine	12 x 16 onces	0.48	4.30	2	4.21	26·9
1 caisse	Pablum, orge	12 x 8 onces	0.25	2.25	2	2.21	26·33
1 caisse	Pablum, riz	12 x 8 onces	0.25	2.25	2	2.21	26·33
1/12 douz.	Modess, petit	12	2/79	3.84	.....	0.32	18·98
1/12 douz.	Modess, ordinaire	12	2/79	3.84	.....	0.32	18·98
1/12 douz.	Modess, grand, ocre et blanc	12	2/79	3.84	.....	0.32	18·98
1/12 douz.	Modess, ordinaire, famille	48	1.53	14.52	.....	1.21	20·91
1 carton	Kleenex, tissu à lentilles	48	2/25	4.30	.....	4.30	28·33
1 carton	Kleenex, de poche 1900 1 contenant	12	0.59	0.50	.....	0.50	15·25
1 caisse	Kleenex, court, 300	72	2/43	12.80	.....	12.80	17·31
1 caisse	Kleenex, ordinaire, 200	72	2/43	12.80	.....	12.80	17·31
1 caisse	Kleenex, hommes, 200	36	2/71	10.47	.....	10.47	18·07
1/12 douz.	Kotex, petit	12	2/79	3.96	.....	0.33	16.45
1/12 douz.	Kotex, ordinaire	12	2/79	3.96	.....	0.33	16.45
1/12 douz.	Kotex, économique	48	1.53	15.12	.....	1.26	17·64
1/12 douz.	Kotex, grand	12	2/79	3.96	.....	0.33	16·45
1/12 douz.	Tampax, petit	5	0.25	2.32	.....	0.19	24·0
1/12 douz.	Tampax, petit	10	0.43	4.00	.....	0.33	23·25
1/12 douz.	Tampax, ordinaire	10	0.43	4.00	.....	0.33	23·25
1/12 douz.	Tampax, ordinaire	40	1.49	14.90	.....	1.25	16·10
1/12 douz.	Tampax, grand	5	0.25	2.32	.....	0.19	24·0
1/12 douz.	Tampax, grand	10	0.43	4.00	.....	0.33	23·25
1/12 douz.	Tampax, grand	40	1.49	14.90	.....	1.25	16·10
1 caisse	Face Elle, hommes	48	2/71	13.50	.....	13.50	20·77
1 caisse	Face Elle, en pastels, 201C	36	2/55	7.60	.....	7.60	23·23
1 caisse	Face Elle, boîte rose, 300S	72	2/49	14.10	.....	14.10	20·06
2 caisses	Face Elle, rose, coussin, 270, nouveau	48	2/59	11.20	.....	22.40	20·9
1/12 douz.	Dettol, antiseptique	1-1/3 once	0.39	3.15	.....	0.26	33·33
1/12 douz.	Dettol, antiseptique, nº 4	3-3/4 onces	0.65	5.20	.....	0.44	32·3
1/12 douz.	Dettol, antiseptique	7-3/4 onces	1.15	9.20	.....	0.77	33·04
1/12 douz.	Dettol, antiseptique	15 onces	1.90	15.20	.....	1.27	33·15
1/12 douz.	Lavoris	Petit	0.32	2.88	.....	0.24	25·0
1/12 douz.	Lavoris	Moyen	0.63	5.64	.....	0.47	25·39
1/12 douz.	Lavoris	Gros	1.09	9.84	.....	0.82	24·77
1/12 douz.	Listerine, antiseptique	3 onces	0.37	3.40	.....	0.29	21·62
1/12 douz.	Listerine, antiseptique	7 onces	0.73	6.70	.....	0.56	23·28
1/12 douz.	Listerine, antiseptique	14 onces	1.10	10.10	.....	0.85	22·72
1/12 douz.	Lysol	Petit	0.43	3.92	.....	0.33	23·35
1/12 douz.	Lysol	Moyen	0.79	7.17	.....	0.60	24·05
1/12 douz.	Lysol	Gros	1.50	13.80	.....	1.15	23·33
1/12 douz.	Lait de magnésie Phillip	4 onces	0.24	2.20	.....	0.19	20·83
1/12 douz.	Lait de magnésie Phillip	12 onces	0.46	4.34	.....	0.37	19.56
1/12 douz.	Lait de magnésie Phillip	26 onces	0.71	6.54	.....	0.55	22·52
1/12 douz.	Lait de magn. Phillip, compr.	Petit	0.24	2.20	.....	0.19	20·83
1/12 douz.	Lait de magn. Phillip, compr.	Moyen	0.46	4.34	.....	0.37	19·56
1/12 douz.	Lait de magn. Phillip, compr.	Gros	0.92	8.68	.....	0.73	20·65
1/12 douz.	Crème Noxema	3/4 once	0.26	2.26	.....	0.19	26·92
1/12 douz.	Crème Noxema	2-1/4 onces	0.65	5.66	.....	0.48	26·56
1/12 douz.	Crème Noxema	4 onces	0.89	7.86	.....	0.66	25·84
1/12 douz.	Crème Noxema, hôpital	14 onces	1.69	14.26	.....	1.19	29·58

LISTE DE PRODUITS FAISANT L'OBJET D'UNE RÉCLAME S'ÉTENDANT À TOUT LE PAYS—*Suite*

Quantité Unité	Description	Modèle	Prix de détail ordinaire	Prix-courant	Esc.	Montant	Pourcentage du bénéfice
			$ cents	$ cents		$ cents	
1/12 douz.	Mum	Moyen	0.53	4.44	.....	0.37	30·18
1/12 douz.	Mum	Gros	0.75	6.28	.....	0.53	29·33
1/12 douz.	Alka Seltzer	Gros	0.68	6.05	.....	0.51	25·0
1/12 douz.	Alka Seltzer	Petit	0.34	3.02	.....	0.26	23·52
1/12 douz.	Andrew Liv Salt	Petit	0.45	3.89	.....	0.33	26·66
1/12 douz.	Andrew Liv Salt	Gros	0.75	6.48	.....	0.54	28·0
1/12 douz.	Bromo Seltzer	Petit	0.29	2.60	.....	0.22	24·13
1/12 douz.	Bromo Seltzer	Ordinaire	0.55	5.00	.....	0.42	23·63
1/12 douz.	Bromo Seltzer	Famille	0.98	9.00	.....	0.75	23·46
1/12 douz.	Bromo Seltzer	Dispensateur	1.89	18.00	.....	1.50	20·63
1/12 douz.	Pots de crème pour bébé, J&J	.....	0.65	6.00	.....	0.50	23·07
1/12 douz.	Huile pour bébé, J&J, 5 onces.	Petit	0.69	6.00	.....	0.50	27·53
1/12 douz.	Huile pour bébé, J&J, 12 onces	Gros	1.25	11.40	.....	0.95	24·00
1/12 douz.	Poudre pour bébé, J&J	Petit	0.33	2.95	.....	0.25	24·24
1/12 douz.	Poudre pour bébé, J&J	Gros	0.63	5.64	.....	0.47	25·39
1/12 douz.	Brylcreem, pots	6 onces	0.79	6.40	.....	0.54	31·64
1/12 douz.	Brylcreem, gros pots	13 onces	1.23	10.00	.....	0.84	31·7
1/12 douz.	Brylcreem, tubes	Moyen	0.43	3.60	.....	0.30	30·23
1/12 douz.	Brylcreem, tubes	Gros	0.69	5.60	.....	0.47	31·88
1/12 douz.	Mixture Buckley	Petit	0.50	4.26	.....	0.36	28·0
1/12 douz.	Mixture Buckley	Gros	0.85	7.14	.....	0.60	17·64
1/12 douz.	Castoria, gros nouveau modèle	.....	0.40	3.96	.....	0.33	17·5
1/12 douz.	Castoria	Famille	0.70	6.60	.....	0.55	21·42
1/12 douz.	Enos Fruit Salt	Petit	0.69	6.30	.....	0.53	23·18
1/12 douz.	Enos Fruit Salt	Gros	1.09	9.90	.....	0.83	23·85
1/12 douz.	Drene	Voyage	0·39	3·50	.....	0.30	23·07
1/12 douz.	Drene	Moyen	0.69	6.20	.....	0.52	24·63
1/12 douz.	Drene	Gros	1.09	9.80	.....	0.82	24·77
1/12 douz.	Tonique des cheveux Kreml..	8 onces	1.19	10.52	.....	0.88	26·05
1/12 douz.	Tonique des cheveux Kreml..	16 onces	1.79	16.08	.....	1.34	25·13
1/12 douz.	Tonique des cheveux Kreml..	1-1/2 once	0.35	3.12	.....	0.26	25·71
1/12 douz.	Tonique des cheveux Kreml..	4 onces	0.71	6.30	.....	0.53	25·35
1/12 douz.	Halo	Gros	0.39	3.66	.....	0.31	20·51
1/12 douz.	Halo, shampooing crème	4 onces	1.10	9.84	.....	0.82	25·45
1/12 douz.	Halo	Géant	0.69	6.48	.....	0.54	21·73
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 1	1 liv.	0.80	7.50	.....	0.63	21·25
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 1	5 liv.	3.45	33.00	.....	2.75	20·28
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 2	5 liv.	3.45	33.00	.....	2.75	20·28
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 2	1 liv.	0.80	7.50	.....	0.63	21·25
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 3	1 liv.	0.80	7.50	.....	0.63	21·25
1/12 douz.	Dextri Maltose n° 3	5 liv.	3.45	33.00	.....	2.75	20·28
1/12 douz.	Dextri Maltose, levure	1 et B 1 liv.	0.80	8.00	.....	0.67	16·25
1/12 douz.	Vaseline pour cheveux, Personal	.....	0.43	3.84	.....	0.32	25·58
1/12 douz.	Vaseline, pour cheveux, Sol..	.....	0.65	5.82	.....	0.49	24·61
1/12 douz.	Vaseline pour cheveux	4 onces	0.95	8.40	.....	0.70	26·31
1/12 douz.	Vaseline pour cheveux	Gros	1.15	10.32	.....	0.86	25·21
1/12 douz.	Tonique ou vaseline pour cheveux	1¾ ounce	0.43	3.72	.....	0.31	27·90
1/12 douz.	Tonique ou vaseline pour cheveux	4 onces	0.69	6.00	.....	0.50	27·53
1/12 douz.	Vicks, sirop pour le rhume....	4 onces	0.59	4.72	.....	0.40	32·20
1/12 douz.	Vicks, inhalateurs	.....	0.43	3.60	.....	0.30	30·23
1/12 douz.	Vicks, Vaporub	.....	0.53	4.84	.....	0.41	22·64
1/12 douz.	Vicks, Vatronol	.....	0.53	4.84	.....	0.41	22·64
1/12 douz.	Vaseline boratée, tube	.....	0.35	3.30	.....	0.28	20·0
1/12 douz.	Vaseline camphrée, tube	.....	0.35	3.30	.....	0.28	20·0
1/12 douz.	Vaseline phéniquée, pot, (2)..	.....	0.20	1.84	.....	0.15	25·0
1/12 douz.	Vaseline phéniquée, tube	.....	0.30	2.82	.....	0.24	20·0
1/12 douz.	Vaseline eucalyptol, tube	.....	0.30	2.76	.....	0.23	23·33
1/12 douz.	Vaseline mentholée, tube	.....	0.35	3.30	.....	0.28	20·00
1/12 douz.	Vaseline, pommade	.....	0.25	2.20	.....	0.19	24·00
1/12 douz.	Vaseline blanche	2 onces	0.20	1.70	.....	0.15	25·0
1/12 douz.	Vaseline blanche	4 onces	0.33	3.12	.....	0.26	21·21
1/12 douz.	Vaseline blanche, tube n° 1	.....	0.30	2.64	.....	0.22	26·66
1/12 douz.	Vaseline blanche, tube n° 2	.....	0.35	3.30	.....	0.28	20·0
1/12 douz.	Vaseline jaune	2 onces	0.15	1.38	.....	0.12	20·00
1/12 douz.	Vaseline jaune	4 onces	0.23	2.16	.....	0.18	21·73
1/12 douz.	Vitalis, tonique des cheveux, 2 onces, 29	.....	0.40	3.48	.....	0.29	27·5

LISTE DE PRODUITS FAISANT L'OBJET D'UNE RÉCLAME S'ÉTENDANT À TOUT LE PAYS—*Suite*

Quantité Unité	Description	Modèle	Prix de détail ordinaire	Prix-courant	Esc.	Montant	Pourcentage du bénéfice
			$ cents	$ cents		$ cents	
1/12 douz.	Vitalis, moyen	4 onces	0.70	6.10	.....	0.51	27·14
1/12 douz.	Vitalis, gros	9 onces	1.30	12.48	.....	1.04	20·0
1/12 douz.	Perm Hud Whirlawave, nécessaire 982	.....	3.25	26.00	.....	2.17	33·23
1/12 douz.	Perm. chez soi Hudnut, rechange	.....	1.75	14.00	.....	1.17	33·14
1/12 douz.	Perm. chez soi Rayve, rechange, nouveau	.....	1.49	11.92	.....	1.00	32·88
1/12 douz.	Perm. chez soi Toni, bigoudis rotatifs, nécessaire, nouveau	.....	3.00	24.00	.....	2.00	33·33
1/12 douz.	Tonique des cheveux Wildroot, sans huile	5 onces	0.73	6.00	.....	0.50	31·5
1/12 douz.	Tonique des cheveux Wildroot, huileux	5 onces	0.73	6.00	.....	0.50	31·5
1/12 douz.	Pommade Wildroot	2 onces	0.43	3.60	.....	0.30	30·23
1/12 douz.	Pommade Wildroot	4 onces	0.73	6.00	.....	0.50	31·5
1/12 douz.	Pommade Wildroot	8 onces	1.23	10.00	.....	0.84	31·7
1/12 douz.	Pommade Wildroot, tube, 1..	½ once	0.43	3.60	.....	0.30	30·23
1/12 douz.	Pommade Wildroot, tube	4 onces	0.73	6.00	.....	0.50	31·5
1/12 douz.	Perm. chez soi Toni, rechange	.....	1.50	12.00	.....	1.00	33·33
1/12 douz.	Baume italien Campana	2 onces	0.35	3.60	.....	0.30	14·28
1/12 douz.	Baume italien	4 onces	0.53	5.46	.....	0.46	13·2
1/12 douz.	Baume italien	9 onces	1.09	11.16	.....	0.93	14·67
1/12 douz.	Lotion Jergens	Essai	0.15	1.32	.....	0.11	26·66
1/12 douz.	Lotion Jergens	3 onces	0.37	3.36	.....	0.28	24·32
1/12 douz.	Lotion Jergens	6 onces	0.65	5.88	.....	0.49	24·61
1/12 douz.	Lotion Jergens	13½ onces	1.15	10.26	.....	0.86	25·21
1/12 douz.	Sels Khovah	4 onces	0.35	2.90	.....	0.25	28·57
1/12 douz.	Sels Khovah	7 onces	0.59	4.80	.....	0.40	32·20
1/12 douz.	Sels Khovah	12 onces	0.89	7.20	.....	0.60	32·58
1/12 douz.	Liniment Minards	Petit	0.33	2.75	.....	0.23	30·30
1/12 douz.	Liniment Minards	Gros	0.63	5.20	.....	0.43	31·74
1/12 douz.	Ovaltine, ordinaire	4 onces	0.49	5.04	.....	0.42	14·28
1/12 douz.	Ovaltine, ordinaire	8 onces	0.73	7.32	.....	0.61	16·43
1/12 douz.	Ovaltine, ordinaire	16 onces	1.23	12.60	.....	1.05	14·63
1/12 douz.	Ovaltine, chocolatée	8 onces	0.73	7.32	.....	0·61	16·43
1/12 douz.	Ovaltine, chocolatée	16 onces	1.23	12.60	.....	1.05	14·63
1/12 douz.	Sel Hepatica	Petit	0.43	3.70	.....	0.31	27·90
1/12 douz.	Sel Hepatica	Moyen	0.85	7.35	.....	0.62	27.05
1/12 douz.	Sel Hepatica	Gros	1.45	12.60	.....	1.05	27·58
1/12 douz.	Suave Helen Curt., ordinaire.	2 onces	0.60	4.32	.....	0.36	40·00
1/12 douz.	Suave Helen Curt., ordinaire.	4 onces	0.95	6.84	.....	0.57	40·00
1/12 douz.	Suave Helen Curt., ordinaire.	16 onces	2.25	16.20	.....	1.35	40·0
1/12 douz.	Suave Helen Curt., hommes.	2 onces	0.60	4.32	.....	0.36	40·0
1/12 douz.	Suave Helen Curt., hommes.	4 onces	0.95	6.84	.....	0.57	40·0
1/12 douz.	Suave Helen Curt., hommes.	16 onces	2.25	16.20	.....	1.35	40.0
1/12 douz.	Liniment Sloans	Petit	0.50	4.08	.....	0.34	32·0
1/12 douz.	Liniment Sloans	Moyen	0.90	7.34	.....	0.62	31·11
1/12 douz.	Eau philodermique Mennen..	Petit	0.75	6.64	.....	0.56	25·33
1/12 douz.	Eau philodermique Mennen..	Gros	1.48	13.17	.....	1.10	25·67
1/12 douz.	Crème miel et amande Hinds	Moyen	0.37	3.10	.....	0.26	29·72
1/12 douz.	Crème miel et amande Hinds	Gros	0.65	5.46	.....	0.46	29·23
1/12 douz.	Crème miel et amande Hinds	8 onces	0.79	6.40	.....	0.53	32·91
1/12 douz.	Crème miel et amande Hinds	Géant	0.98	8.23	.....	0.69	29·59
1/12 douz.	Prell	5/8 once	0.35	3.15	.....	0.27	22·85
1/12 douz.	Prell	1 1/2 once	0.69	6.20	.....	0.52	24·63
1/12 douz.	Prell	2 1/2 onces	1.09	9.80	.....	0.82	24·77
1/12 douz.	Shampooing Rayve	Moyen	0.37	3.36	.....	0.28	24·32
1/12 douz.	Shampooing Rayve	Gros	0.65	5.94	.....	0.50	23·07
1/12 douz.	Shamp. crème Rayve, tube..	Géant	1.09	10.40	.....	0.87	20·18
1/12 douz.	Shampooing lustre crème	Pot	1.09	9.78	.....	0.82	24·77
1/12 douz.	Shamp. lustre crème, tube...	Moyen	0.37	3.32	.....	0.28	24·32
1/12 douz.	Shamp. lustre crème, pot	2 onces	0.65	5.88	.....	0.49	24·61
1/12 douz.	Shamp. lustre crème, tube....	Gros	0.65	5.88	.....	0.49	24·61
1 paquet	Shamp. lustre crème	9 onces	2.75	2.06	.....	2.06	25·09
1/12 douz.	Crème à barbe, sans mousse, Colg	.....	0.60	5.62	.....	0.47	21·66
1/12 douz.	Crème à barbe, sans mousse, Colg	Gros	0.43	4.02	.....	0.34	20·91

LISTE DE PRODUITS FAISANT L'OBJET D'UNE RÉCLAME S'ÉTENDANT À TOUT LE PAYS—*Fin*

Quantité Unité	Description	Modèle	Prix de détail ordinaire	Prix-courant	Esc.	Montant	Pourcentage du bénéfice
			$ cents	$ cents		$ cents	
1/12 douz.	Crème à barbe Colgate	Gros	0.43	4.02	.....	0.34	20.91
1/12 douz.	Crème à barbe Colgate	Géant	0.60	5.62	.....	0.47	21·66
1/12 douz.	Crème à barbe Ingram, tube	.....	0.60	5.22	.....	0.44	26·66
1/12 douz.	Crème à barbe Ingram	Pot	0.60	5.22	.....	0.44	26·66
1/12 douz.	Crème à barbe Gillette, sans mousse	.....	0.43	3.75	.....	0.32	25·58
1/12 douz.	Crème à barbe Gillette	.....	0.43	3.75	.....	0.32	25·58
1/12 douz.	Crème à barbe Lifebuoy	.....	0.63	6.00	.....	0.50	26·63
1/12 douz.	Crème à barbe Lifebuoy	.....	0.41	3.90	.....	0.33	19·51
1/12 douz.	Crème à barbe Mennen, ordinaire	Petit	0.49	4.38	.....	0.37	24·48
1/12 douz.	Crème à barbe Mennen, ordinaire	Gros	0.75	6.64	.....	0.56	25·33
1/12 douz.	Crème à b. Mennen sans mousse	Petit	0.47	4.19	.....	0.35	25·53
1/12 douz.	Crème à b. Mennen, sans mousse	Gros	0.69	6.12	.....	0.51	26·08
1/12 douz.	Crème à b. Mennen, mentholée	Petit	0.49	4.38	.....	0.37	24·48
1/12 douz.	Crème à b. Mennen, mentholée	Gros	0.57	6.64	.....	0.56	25·33
1/12 douz.	Crème à b. Nox 3-way, tube	3 onces	0.45	3.60	.....	0.30	33·33
1/12 douz.	Crème à b. Nox 3-way, pot	6 onces	0.69	5.52	.....	0.46	33·33
1/12 douz.	Crème à b. Palmolive, mousseuse	Moyen	0.33	3.08	.....	0.26	12·21
1/12 douz.	Crème à b. Palmolive	Gros	0.47	4.40	.....	0.37	21·27
1/12 douz.	Crème à barbe William	Gros	0.45	4.08	.....	0.34	24·44
1/12 douz.	Crème à barbe William	Double	0.65	6.06	.....	0.51	21·53
1/12 douz.	Crème à barbe William, Glider	Gros	0.45	4.08	.....	0.34	24·44
1/12 douz.	Crème à barbe William, Glider	8 onces	1.00	9.24	.....	0.77	23·00
1/12 douz.	Crème à barbe William, Glider	Double	0.65	6.06	.....	0.51	21·53
1/12 douz.	Crème à barbe William, sans mousse	Double	0.65	6.06	.....	0.51	21·53
1/12 douz.	Pâte dentifrice Squibb	Ordinaire	0.55	4.40	.....	0.37	32·72
1/12 douz.	Pâte dentifrice MacLean	Gros	0.69	5.60	.....	0.47	31·88
1/12 douz.	Pâte dentifrice MacLean	Moyen	0·43	3.60	.....	0.30	30·23
1/12 douz.	Pâte dentifrice Pepsodent	Moyen	0·33	3.14	.....	0.27	18·18
1/12 douz.	Pâte dentifrice Pepsodent	Gros	0.60	5.70	.....	0.48	20·00
1/12 douz.	Pâte dentifrice Pepsodent	Géant	0.95	9.05	.....	0.76	20·00
1/12 douz.	Pâte dentifrice Kolynos	Petit	0.33	3.08	.....	0.26	21·21
1/12 douz.	Pâte dentifrice Kolynos	Gros	0.60	5.58	.....	0.47	21·66
1/12 douz.	Pâte dentifrice Kolynos, géant	5 onces	0.95	8.82	.....	0.74	22·10
1/12 douz.	Pâte dentifrice Listerine	Double	0.55	4.95	.....	0.42	23·63
1/12 douz.	Pâte dentifrice Listerine	Gros	0.33	2.95	.....	0.25	24·24
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ipana	Moyen	0.33	2.88	.....	0.24	27·27
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ipana	Gros	0.60	5.22	.....	0.44	26·66
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ammident	Petit	0.35	2.92	.....	0.25	28·57
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ipana	Économique	0.95	8.28	.....	0.69	27·36
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ammident	Gros	0.65	5.42	.....	0.46	29·23
1/12 douz.	Pâte dentifrice Ammident	Économique	0.97	8.10	.....	0.68	29·89
1/12 douz.	Pâte dentifrice Colgate	Moyen	0.25	2.34	.....	0.20	20·00
1/12 douz.	Pâte dentifrice Colgate	Géant	0.60	5.62	.....	0.47	21·64
1/12 douz.	Pâte dentifrice Colgate	Famille	0.95	8.88	.....	0.74	22·10
1/12 douz.	Pâte dentifrice Iodent, 1	.....	0.69	5.60	.....	0.47	31·88
1/12 douz.	Pâte dentifrice Iodent, 2	.....	0.69	5.60	.....	0.47	31·88
1/12 douz.	Poudre dentifrice Lyons	Ordinaire	0.30	2.76	.....	0.23	23·33
1/12 douz.	Poudre dentifrice Lyons	Gros	0.50	4.68	.....	0.39	22·00
1/12 douz.	Poudre dentifrice Lyons, amm	4 onces	0.55	4.74	.....	0.40	27·27
1/12 douz.	Zonite, antiseptique	Petit	0.35	2.92	.....	0.25	28·57
1/12 douz.	Zonite, antiseptique	Moyen	0.63	5.25	.....	0.44	30·15
1/12 douz.	Zonite, antiseptique	Gros	0.98	8.30	.....	0.70	28·57
1/12 douz.	Zonite, onguent	.....	0.50	4.00	.....	0.34	32·00
1/12 douz.	Zonitors	12	1.09	8.50	.....	0.71	34·86
1/12 douz.	Composé Waterbury, ordinaire	16 onces	1.25	10.20	.....	0.85	32·00
1/12 douz.	Composé Waterbury, créosote et guaïacol	16 onces	1.25	10.20	.....	0.85	32·00

COMMENTAIRES

sur le

RAPPORT INTÉRIMAIRE

du

COMITÉ D'ÉTUDE DE
LA LÉGISLATION SUS LES ENTENTES

Rédigé par

M. Horace J. Fuller
Professeur d'administration
pharmaceutique
École de pharmacie de l'Ontario

au nom de

l'Association pharmaceutique
canadienne.

Le 1er novembre 1951

Commentaires

sur le

Rapport intérimaire

du

Comité d'étude de la législation sur les ententes

et

Commentaires

sur le

Projet de loi fondé sur ce rapport

rédigé au nom de
la Canadian Pharmaceutical Association

par
M. Horace J. Fuller
professeur adjoint de pharmacie
chargé de l'Administration
pharmaceutique
École de pharmacie de l'Ontario

Le 1er novembre 1951

AVANT-PROPOS

L'objet du présent mémoire est double:

1. Démontrer que la loi tendant à rendre illégale la fixation du prix de revente ne contribuera pas sensiblement à l'abaissement du coût de la vie, objet que dit poursuivre le Gouvernement qui propose une telle loi.

2. Défendre les pratiques et programmes généralement suivis, en matière de prix, par les pharmaciens détaillants du Canada, en établissant qu'ils sont conformes à une saine économie et qu'ils n'exploitent pas le consommateur ni n'ajoutent au coût de la vie.

Le présent mémoire n'entend ni condamner ni approuver, en elles-mêmes, la pratique des prix imposés ou la fixation du prix de revente.

Documents cités dans le rapport du Comité

Ministère anglais du Commerce: A Statement on Resale Price Maintenance, juin 1951.

4 lignes de la page 3 citées à la page 7 du rapport du Comité
8 " " " " 5 " " " " 18 " " " "
11 " " " " 4 " " " " 19 " " " "
5 " " " " 11 " " " " 22 " " " "

Report of the Committee on Resale Price Maintenance,
Londres, juin 1949.

7 lignes de la page 1 citées à la page 12 du rapport du Comité

Corwin D. Edwards: Maintaining Competition, 1949

3 lignes de la page 73 citées à la page 18 du rapport du Comité

W. C. Behoteguy: Resale Prices and the Tire Industry's Big Headache, discours prononcé devant la section d'Akron de l'*American Marketing Association,* 1948.

5 lignes de la page 6 citées à la page 20 du rapport du Comité

A. R. Oxenfeldt: Industrial Pricing and Market Practices, 1951

25 lignes de la page 427 citées à la page 19 du rapport du Comité

Les cinq documents susmentionnés constituent toute la documentation imprimée dont on a fait usage dans le rapport. Un des textes cités énonce le mandat du comité anglais. Tous les autres sont invoqués à l'encontre de la fixation du prix de revente. On ne cite pas un seul passage d'ouvrages appuyant la fixation du prix de revente. Nous prétendons que les textes cités ne fournissent pas une juste idée de la documentation qui existe sur le sujet.

Rien, dans le rapport, n'indique qu'une étude scientifique des effets de la fixation du prix de revente ait été effectuée soit sur des secteurs en particulier soit sur l'ensemble de l'économie nationale. Le rapport ne fait état d'aucune statistique: pourtant, il existe des données statistiques en cette matière. De même, il n'établit aucune comparaison entre le mouvement des prix imposés et celui des prix non imposés et il n'indique pas la place que tiennent ces prix dans l'indice du coût de la vie.

Impossible de déduire des conclusions générales et recommandations du Comité qu'on a lu, même rapidement, la vaste documentation publiée sur le sujet en Europe et aux États-Unis.

CRITIQUE DE LA MANIÈRE DE PROCÉDER DU COMITÉ

La façon dont le Comité a procédé est ainsi exposée dans le rapport:

> "Au début de juillet, le Comité fit savoir à travers le pays, par la voie des journaux et par lettres, qu'il désirait recevoir des individus, des entreprises et des associations toutes les vues qu'ils voudraient exprimer sur des questions relevant de ses attributions. Les associations nationales furent priées d'informer leurs groupements affiliés ainsi que

leurs membres individuels que le Comité désirait obtenir l'expression d'opinion la plus représentative possible. En cela, comme d'ailleurs au cours de tous nos travaux, la collaboration de la presse nous a été d'un précieux secours. Au cours des mois qui ont suivi, le Comité a reçu un grand nombre de mémoires. De plus, tous ceux qui le désiraient ont pu se rencontrer avec les membres du Comité afin de discuter et d'élaborer davantage les idées contenues dans leurs mémoires. Ces rencontres furent nombreuses et très utiles, comme les mémoires d'ailleurs.

C'est là une façon de procéder peu scientifique et non fondée sur l'observation des faits. Les témoignages à l'encontre de la fixation du prix de revente se résument à l'*opinion* de parties intéressées.

Entre également dans cette ligne de conduite l'habitude de citer des extraits détachés de leur contexte. Ainsi:

Sous la rubrique OPINIONS DU COMITÉ, paragraphe 4, pages 19 et 20 du rapport, nous lisons ce qui suit:

> "Les comparaisons entre les prix de concurrence et les prix imposés sont difficiles à faire et doivent être interprétées avec prudence. Une des plus sérieuses tentatives d'effectuer de telles comparaisons de prix a été faite aux États-Unis par la Commission fédérale du commerce. Cette étude, il est vrai, portait surtout sur le commerce pharmaceutique, mais des résultats semblables ont été observés dans d'autres secteurs. Elle a abouti à plusieurs conclusions qui sont reproduites dans l'ouvrage intitulé: *Industrial Pricing and Market Practices*, de A. R. Oxenfeldt:

1. "...quand le maintien des prix de revente est entré en vigueur, il força les magasins à succursales multiples à élever leurs prix, pendant que les pharmaciens indépendants ont, en moyenne, réduit les leurs. Toutefois, ces réductions variaient considérablement d'après l'importance des établissements et, dans le cas des pharmacies indépendantes, le pourcentage des baisses était moindre que celui des hausses effectuées par les magasins à succursales multiples."
2. "...l'influence du maintien des prix de revente sur les prix des différentes marques de marchandises a varié selon le genre de magasin et la grandeur des villes. Les majorations de prix ont été plus fortes dans les grandes villes et dans les grands magasins.
3. L'écart entre les prix exigés pour le même produit dans les diverses catégories de magasins est devenue moins prononcé. En général, après l'adoption des lois sur le maintien du prix de revente, les magasins qui ont réduit leurs prix" ...n'étaient pas ceux qui vendaient le plus cher: la réduction de l'écart (dans les prix) s'est opérée par la hausse obligatoire des prix qui étaient auparavant les plus bas".
4. "...dans le commerce pharmaceutique, les magasins à succursales multiples et les magasins à rayons, qui ont été contraints de relever les prix, touchaient en général de fortes marges de bénéfice brut s'élevant en moyenne à 20 p. 100 ou plus de la valeur des ventes et atteignant parfois 30 p. 100 ou plus avant que le maintien des prix de revente fût appliqué."
5. "Les majorations de prix imposées aux magasins à succursales et à rayons s'accompagnaient d'ordinaire d'un fléchissement des ventes effectuées par ces magasins, quant aux produits à prix imposés."

Le Comité a omis la 6e et dernière conclusion de la Commission fédérale du commerce, citée aux pages 427 et 428 de l'ouvrage de A. R. Oxenfeldt: *Industrial Pricing and Market Practices* et que voici:

6. "Les fabricants des produits pharmaceutiques à prix imposés visés dans la présente étude ont, d'une façon générale, indiqué des prix minimums

conformes aux prix que leurs clients à débit important demandaient juste avant qu'ils assujétissent leurs produits à marque de fabrique à des contrats prévoyant un prix de revente minimum."

L'omission de cette dernière conclusion de la Commission fédérale du commerce citée par Oxenfeldt est malheureuse, d'autant que le Comité, après avoir cité cinq lignes d'une déclaration d'un fabricant, en vient à la conclusion suivante: "A la lumière de ce témoignage et des informations courantes fournies au Comité, il semble évident que, même si la pratique du maintien des prix, dans la plupart des cas, n'assure que des marges de bénéfice normales au distributeur dont les frais sont élevés, le niveau général des prix est plus haut sous un régime de prix imposés qu'il ne le serait sous celui de la concurrence."

Nous ne voyons pas comment le Comité aurait pu en arriver à une telle conclusion s'il avait inclus le sixième paragraphe du rapport de la Commission fédérale du commerce, reproduit dans l'ouvrage d'Oxenfeldt, ainsi que les trois paragraphes qui suivaient dans ledit ouvrage et que voici:

> Si la fixation du prix de revente devait se traduire par une modification importante et prolongée des marges de bénéfice des distributeurs, elle entraînerait presque sûrement un effet parallèle sur les prix à la consommation. Les fabricants, nous l'avons déjà signalé, fixaient, d'une façon générale, le prix de détail minimum à l'égard de leurs produits à peu près au niveau du prix auquel un grand nombre de distributeurs importants les avaient vendus jusque-là, c'est-à-dire à un niveau inférieur aux prix demandés par les marchands indépendants. Cependant, les marges de bénéfice des détaillants,—y compris celles de la moyenne des marchands indépendants,—n'ont pas diminué. D'une façon générale, le fabricant a abaissé le prix fait au détaillant en déterminant le prix de ses produits assujétis à la fixation du prix de revente. La Commission fédérale du commerce a tiré la conclusion suivante:
>
> > ...les réductions consenties par certains pharmaciens, en 1939, à l'égard de certains articles à prix imposés correspondaient en réalité à des réductions consenties par les fabricants et d'une telle importance que les détaillants, même après avoir abaissé leurs prix, réalisaient des bénéfices aussi importants,—plus importants même dans certains cas,—que ceux qu'ils touchaient quand leurs prix étaient plus élevés.
>
> Une vaste étude portant sur 718 produits vendus dans les pharmacies de la Californie a donné les mêmes résultats. Elle a révélé que "ce ne sont pas les détaillants, mais les fabricants et/ou les grossistes, probablement les premiers, qui ont fait les frais de la diminution des prix à l'égard de ces articles".[89] (Note 89, Grether, *op. cit.*, p. 312)[1]

Nous sommes loin des conclusions tirées par le Comité et que ce rapprochement affaiblit, au point de les rendre insoutenables.

Nos observations ne portent ici que sur la façon dont le Comité a procédé. Nous étudierons plus loin le quatrième paragraphe des OPINIONS DU COMITÉ.

Le Comité a failli à la tâche sur un autre point. Il avait pour mandat "d'étudier, à la lumière des conditions présentes, les méthodes et les objectifs de la loi des enquêtes sur les coalitions ainsi que des statuts canadiens connexes, d'analyser la législation et la procédure en vigueur dans les autres pays, dans la mesure où celles-ci peuvent être de quelque secours...".

Un total de 35 lignes tirées de deux textes anglais et de 33 lignes provenant de trois textes américains n'indique pas qu'on a fait une étude bien complète de la documentation qui existe, en Angleterre et aux États-Unis, sur le sujet.

Le Comité a tiré trois lignes de la page 73 de l'ouvrage de Corwin D. Edwards: *Maintaining Competition* (page 18 du rapport) pour appuyer ses vues

[1] Alfred R. Oxenfeldt, *Industrial Pricing and Market Practices*, p. 428.

à l'encontre de la fixation du prix de revente, mais il ignorait, ou a cru bon de négliger, ces autres mots de Corwin D. Edwards:

> Hormis les vexations et les abus auxquels elles peuvent donner lieu, les lois sur les prix minimums, dans leur forme actuelle, ne sont guère de nature à nuire au consommateur ou à avantager les groupes qui les ont préconisées. [1]

Le Comité déclare qu'en plus d'exposer les vues exprimées dans les mémoires qui lui ont été soumis "nous citons aussi des opinions provenant d'autres sources également pertinentes". On peut faire état d'opinions provenant d'autres sources, mais il faut tenir compte de toutes les opinions que renferme la documentation publiée au Canada, aux États-Unis ou ailleurs. Encore une fois, le rapport ne mentionne que quelques sources de renseignement, et seulement celles qui appuient les conclusions du Comité.

En matière de "législation et de procédure en vigueur dans les autres pays... dans la mesure où celles-ci peuvent être de quelque secours" et de "documentation pertinente", on nous permettra de faire appel à la *Proprietary Articles Trade Association* de Grande-Bretagne. Cette association a été formée, en Angleterre, en 1896.

Au sujet de la situation dans laquelle la fixation du prix de revente se trouve devant la loi, voici ce qu'on relève à la page 7 du rapport qu'a soumis, en 1931, le comité institué, en Angleterre, par le ministre de la Justice et le ministre du Commerce pour l'étude des pratiques commerciales tendant à restreindre le commerce:

> Tout homme a le droit de faire le commerce comme il l'entend. Un fabricant ou marchand peut refuser de vendre ses produits à quiconque désire les acheter, ou il peut les vendre aux conditions qu'il juge à propos d'imposer. Si l'acheteur qui a acquis ces produits aux conditions arrêtées par le vendeur en dispose d'une manière contraire aux termes de son entente, il manque au contrat qu'il a conclu avec le vendeur et ce dernier a le droit d'ester en jugement contre lui...

Et, à la page 28 du même rapport:

> Les témoignages dont nous avons été saisis n'indiquent pas que jusqu'ici les organismes dont nous parlons aient orienté leurs affaires de façon à créer une situation dangereuse avoisinant le monopole.

Le comité institué par le ministère anglais du Commerce pour l'étude des pratiques tendant à restreindre le commerce s'est prononcé pour le maintien du régime de la fixation du prix de revente.

Ce qu'il y a d'intéressant, c'est que le ministère du Commerce a changé d'allégeance politique sous le régime travailliste. Il déclarait le 1er juin 1951:

> La loi que le Gouvernement se propose de présenter portera que les fabricants ont le droit d'indiquer, de proposer ou d'imposer seulement des prix maximums quant à la revente de leurs marchandises et il sera illégal d'indiquer un prix de revente, à moins qu'il ne soit nettement précisé que ce prix constitue un maximum.

Cette déclaration est identique aux propositions et vœux que renferme le rapport intérimaire soumis par le Comité et que nous étudions ici.

Autre déclaration pertinente que celle de la décision qu'a rendue, le 7 décembre 1936, la Cour suprême des États-Unis et dans laquelle elle confirmait, à l'unanimité, la loi du loyal commerce adoptée par l'Illinois et autorisant la fixation du prix de revente. La décision se lit en partie ainsi qu'il suit:

> L'objet premier de la loi est de protéger la propriété,—savoir l'achalandage,—du producteur, qui est toujours sienne. La fixation du prix est adoptée comme moyen approprié d'atteindre cette fin parfaitement légitime, et non pas comme fin en soi.

[1] Corwin D. Edwards, *American Economic Review*, supplément de mars 1940, p. 112.

> En l'espèce, les appelants ont acquis la denrée en question alors qu'ils connaissaient parfaitement les restrictions que le producteur et le grossiste avaient imposées quant aux prix, et qu'ils étaient, présomptivement sinon réellement, au courant de la loi qui autorisait la restriction. Les appelants n'étaient pas contraints d'acheter, et leur libre acquisition du bien dans une telle condition comportait, selon tout principe juste d'affaires, l'acceptation de la restriction protectrice et des obligations qui en découlent aux termes de (l'alinéa 2) de la loi dont les dispositions régissent ledit achat.
>
> Nous ne trouvons rien, en l'occurence, qui justifie l'affirmation voulant qu'il y ait illégale délégation de pouvoir permettant à des particuliers de disposer eux-mêmes de la propriété d'autrui...
>
> Il s'agit ici non pas d'une denrée considérée toute seule, mais d'un produit qui s'accompagne d'une marque ou d'un dessin de fabrique qui établit la provenance et la qualité de la denrée et dont la marque ou le dessin font foi. Les appelants possèdent le produit; ils ne possèdent ni la marque ni l'achalandage dont le dessin de fabrique est le symbole. Or l'achalandage commercial est un bien dans toute l'acception du mot, et toute lésion à ce bien comme toute lésion à quelque autre sorte de bien peut à juste titre faire l'objet de dispositions législatives...

Rien dans les lois de la Grande-Bretagne, rien dans les lois des États-Unis, rien dans les lois du Canada n'interdit le maintien des prix de revente.

Examen critique des principes que contient l'introduction du rapport préparé par le Comité

Définition du maintien des prix de revente

> Parmi les méthodes commerciales restrictives, la pratique qui consiste à fixer les prix de revente est probablement la plus connue; elle a été analysée et discutée bien souvent. Le maintien des prix de revente est une pratique qui empêche le détaillant, le grossiste ou tout autre intermédiaire de revendre un produit à un prix inférieur à celui qui est fixé par le fournisseur, c'est-à-dire, dans la plupart des cas, le manufacturier.—(Page 7.)

Le mot "restrictives" stigmatise la méthode commerciale avant même qu'elle soit définie. Le maintien des prix de revente trouve d'avance sa condamnation dans l'emploi de ce vocable.

Définitions coutumières du maintien des prix de revente:

> Le maintien des prix de revente "désigne un système au moyen duquel le manufacturier s'efforce de conserver à un niveau qu'il établit lui-même les prix de ses produits qu'il exige des détaillants et autres distributeurs". [1]
>
> ...maintien des prix de revente—méthode par laquelle le manufacturier ou le propriétaire d'un produit portant une marque de fabrique peut imposer des prix au-dessous desquels les distributeurs ne peuvent le revendre. [2]
>
> cette méthode d'établissement des prix sous le régime de laquelle le manufacturier d'un produit portant marque de fabrique fixe le prix (ou le prix minimum) auquel ledit produit doit être revendu au consommateur. [3]

Ces auteurs n'emploient aucun terme comme celui de "restrictives". En outre, le comité a omis les expressions "portant marque" ou "dessin de fabrique".

---

[1] Seligman, Edwin R. A. et Love, Rovert A.—*Price Cutting and Price Maintenance*, p. 1 (1932).
[2] Stewart, Paul W. et Dewhurst, Frederic—*Does Distribution cost too Much?*, p. 271 (1939). Étude du Twentieth Century Fund (comité de la distribution).
[3] Phillips, Charles F. et Duncan, Delbert J.—*Marketing, Principles and Methods*, p. 677 (1948).

Importance de la pratique

Le comité cite un Livre blanc du Royaume-Uni où il est estimé qu'en 1938, environ 30 p. 100 des dépenses de consommation effectuées par les individus portaient sur des produits dont le prix était maintenu. "Au Canada, les estimés que nous avons reçus de sources privées et qui varient "d'environ 500" à "2,000 ou 3,000 produits" et "de 12 à 15 pour cent des ventes des magasins à rayons" ne sont évidemment pas basés sur des définitions précises ou comparables... si elle n'est pas aussi généralisée qu'au Royaume-Uni, elle prend tout de même des proportions considérables et grandissantes." (Rapport du comité, page 7.)

On estime qu'en 1947, aux États-Unis, les magasins à rayons ont effectué environ 10 p. 100 du total des ventes au détail. [1] Ce qui équivaut à 1·5 p. 100 du total des ventes au détail faites sous le régime du maintien des prix de revente par l'entremise des magasins à rayons, si l'on prend le chiffre maximum de 15 p. 100 rapporté par le comité.

> Bien que la fixation des prix de revente puisse envahir d'autres domaines, à date la fixation des prix de revente par le manufacturier enregistre ses plus fortes incursions dans les domaines suivants: produits pharmaceutiques, articles de toilette et produits de beauté, livres, articles de sport, boissons, où la coupe des prix s'affirme davantage et où les marques bien annoncées sont nombreuses. Bien que la fixation des prix de revente envahisse d'autres domaines, on estime qu'au maximum 15 p. 100, en valeur, des produits vendus par les détaillants pourront être assujétis aux prix de revente établis par les manufacturiers. [2]
>
> Bien qu'il soit impossible de connaître la proportion exacte du volume des ventes, au détail, qui s'effectuent en Grande-Bretagne sous le régime du contrôle réel des prix de revente, on peut s'en faire une excellente idée par le pourcentage du volume total des ventes de produits ainsi régis faites par la maison Harrod, le plus important magasin à rayons de Londres. Les dirigeants de cette maison ont estimé qu'en 1933, le volume des ventes, au magasin de Londres, de produits portant marque de fabrique et dont les prix étaient fixés par les manufacturiers représentait 10 p. 100, et peut-être un peu plus, du total. L'auteur est d'avis, vérification faite des estimations de tous les rayons du magasin, que les ventes de produits à prix fixés ne représentaient pas plus que 12 à 15 p. 100 du volume global... La proportion totale du volume des produits de consommation soumis à la fixation des prix en Grande-Bretagne est tout probablement un peu plus forte que celle de la maison Harrod; elle s'établit toutefois à un chiffre comparativement bas, vraisemblablement à moins de 20 p. 100. [3]

Au sujet des États-Unis:

> Bien qu'il soit impossible de connaître le pourcentage exact du volume total des ventes au détail de produits dont les prix sont fixés, la proportion en est faible; elle ne dépasse probablement pas 5 p. 100 et elle n'atteint certainement pas 10 p. 100. [4]
>
> En ce qui concerne le volume atteint, plusieurs autorités estiment que les lois visant le maintien des prix de revente ne régiront tout au plus que de 5 à 10 p. 100 des ventes au détail dans tout le pays. [5]

Au Canada, pour le premier semestre de 1951, le commerce de détail s'est chiffré par $4,761,370,000. [6] En prenant le plus élevé des chiffres cités ci-dessus,

---

[1] Weiss—*How to Sell To and Through the New Department Store* (*Printer's Ink*) (28 novembre 1947), page 31.

[2] Phillips, Charles F et Duncan, Delbert, J.—*Marketing, Principles and Methods* (1948), page 678.

[3] Greher, E. T.—*Price Control Under Fair Trade Legislation*, page 335.

[4] *Ibid*, page 322.

[5] Stewart, Paul W. et Dewhurst, Frederic—*Op. cit.*, page 276.

[6] Bureau fédéral de la statistique—*Commerce de détail* (août 1951).

soit 10 p. 100, comme la proportion des ventes de détail effectuées au Canada sous le régime du maintien des prix, ont obtient $476,137,000. Supposons à *titre d'exemple seulement*[5] que les prix de détail des produits dont les prix sont fixés soient de 10 p. 100 plus élevés qu'ils ne le seraient sans le régime du maintien des prix, la diminution possible qu'entraînerait l'élimination du maintien des prix serait de $47,613,700 en six mois. En plaçant la population du Canada à environ 14 millions d'habitants, la réduction possible, dans le coût de la vie, s'établirait à $3.33 par personne, homme, femme ou enfant, soit à $6.66 par année, ou à 55½c. par mois. Une famille de quatre épargnerait ainsi $26.64 par année, $2.22 par mois, ou 51c. par semaine, soit à peine plus que le prix d'un paquet de cigarettes.

Le 15 octobre 1951, le premier ministre, le très honorable M. St-Laurent réaffirmait que le Gouvernement n'était pas disposé à soumettre au Parlement, en vue d'enrayer la hausse du coût de la vie, d'autres mesures que le projet de loi relatif au maintien des prix de revente promis par le discours du trône.

En d'autres termes, le Gouvernement est disposé à réduire le coût de la vie de 13c. par semaine, par personne, ou de 51c. par semaine par famille de quatre personnes, et à condition seulement que la proportion de 10 p. 100, *prise à titre d'exemple,* s'avère exacte en regard de la déclaration d'Oxenfeldt, qui juge bien faible et empirique la thèse voulant que le maintien des prix de revente ait relevé la moyenne des prix de détail.[1]

OPINIONS DU COMITÉ

Critique de l'opinion numéro 1.

> L'effet direct et immédiat du maintien des prix de revente est l'élimination de la concurrence en matière de prix entre les détaillants dans le secteur des marchandises touchées par cette mesure. C'est là un des buts principaux de cette pratique... Les frais de distribution représentent une part très importante du prix que paye le consommateur et tout changement qui soustrait cet élément du prix à l'influence de la concurrence entrave sérieusement le bon fonctionnement d'un régime concurrentiel. (Page 18.)

L'énoncé dénote une ignorance plus que superficielle des problèmes que pose la distribution économique. On suppose que tant que dure la concurrence les prix ont tendance à baisser. La règle ne joue pas pour toutes les sortes de ventes, comme le démontrent les quelques exemples qui suivent.

> Bien que, dans le présent chapitre, on ait fait grand état de la politique du gouvernement canadien d'encourager la concurrence, il ne faut pas déduire que ce soit là le seul élément de la politique canadienne en ce qui concerne les coalitions. Les programmes des provinces révéleraient, à l'examen, des restrictions aussi étonnantes que variées à la concurrence, et que le gouvernement fédéral a permis aux syndicats ouvriers et à des coopératives agricoles, piscicoles, etc., de se grouper librement en vue de restreindre la concurrence. Le problème qui se pose ici c'est la concurrence excessive et la politique, c'est la restriction.[2]
>
> *Commission de régie du lait de l'Ontario.* La commission établit pour quatre-vingt-douze marchés urbains de l'Ontario les prix auxquels les distributeurs doivent acheter le lait offert par le cultivateur et les prix auxquels les distributeurs doivent le revendre au consommateur. Les prix ainsi fixés peuvent être le résultat d'une entente intervenue entre l'association des producteurs de lait et les distributeurs et approuvée pour le compte du consommateur par la commission; à défaut

[1] Oxenfeldt, A. R.—*Industrial Pricing and Market Practices.* L'auteur juge faible et *empirique* la thèse voulant que le maintien des prix de revente ait relevé la moyenne des prix de détail. Page 429. Les mots soulignés le sont par moi.

[2] Bladen, V. W.—*An Introduction to Political Economy,* Toronto (1948), page 238.

d'une entente entre les parties, ou si les parties conviennent d'un prix jugé injuste pour le consommateur, les prix peuvent résulter d'une décision arbitrale de la commission. La vente du lait à un prix inférieur au prix établi constitue un délit; il n'est pas loisible au cultivateur de pousser son débit de lait en l'offrant au rabais, ni au distributeur d'accaparer le marché au moyen d'une réduction du prix de détail... Bien souvent, cependant, le nombre des distributeurs dépasse la limite, et la concurrence effrénée qui les réduit soit à donner plus de service, soit à offrir à rabais un lait inférieur au produit standard, occasionne des pertes considérables.[1]

Aux États-Unis, une autorité prétend que les prix de revient et les prix de vente du lait baisseraient si l'État cessait de fixer les prix. Souvent la fixation des prix favorise l'exploitant incompétent empêchant ainsi la concurrence d'atteindre son objectif, l'élimination des distributeurs dont les prix de revient sont excessifs. [2]

Au contraire, certains auteurs croient qu'en toute logique il devrait exister moins de concurrence et plus de réglementation officielle. [3]

Le gouvernement travailliste du Royaume-Uni, croyant que la nationalisation de certaines industries devait éliminer toute concurrence, a publié un Livre blanc, que le comité cite à l'appui de son opinion. Le Livre blanc britannique affirme: (Page 18 du rapport du comité.)

> Cette pratique, dit-on souvent, n'empêche pas les commerçants de pratiquer la concurrence sur le plan des services qu'ils rendent. Mais c'est précisément ce qu'il s'agit de démontrer. Il est vrai que, pour attirer plus de clients, un commerçant peut augmenter la quantité et améliorer la qualité de ses services, mais les clients éventuels peuvent être relativement indifférents à ces services supplémentaires, alors qu'ils seraient fort heureux de n'obtenir que les services minimums mais à plus bas prix. C'est ce choix que le maintien des prix de revente empêche le commerçant d'offrir à ses clients.

Un auteur des États-Unis porte contre la *concurrence* les mêmes accusations que celles que le Livre blanc britannique porte contre le maintien des prix de revente:

> Pendant la guerre, plusieurs manufacturiers, grossistes et détaillants ont très sensiblement réduit leurs frais de vente... la réglementation officielle du crédit, sous le régime du Règlement W, a posé des limites aux livraisons, diminué les dépenses au chapitre de la réclame, et le nombre réduit des grandes ventes a contribué à abaisser les frais d'exploitation dans la plupart des débits de détail. On s'est alors fortement demandé: "Sera-t-il possible de réduire les frais de distribution, après la guerre?" D'ailleurs, plusieurs détaillants et grossistes, ainsi que nombre de manufacturiers, ont manifesté le désir d'éviter le retour aux services multiples et variés qu'ils avaient fournis quelques années avant les hostilités et qui avaient partiellement concouru à élever à un haut niveau les frais de vente. En dépit du désir qu'ils avaient ainsi exprimé, l'accroissement de la concurrence qui a suivi les années de guerre et l'adoucissement des régies officielles ont fait réapparaître maintes pratiques qui ont eu pour résultat de relever le niveau des dépenses. [4]

L'étude la plus complète des frais de distribution, jamais encore faite en Amérique du Nord, est celle du comité dit: Committee on Distribution of the

[1] Bladden—*Op. cit.*, p. 240.
[2] Bartlett, R. W.—*The Milk Industry* (1946), pages 82-84.
[3] *Journal of Marketing*, Vol. XII, nº 2 (octobre 1927): *Connecticut Studies Milk Delivery*, pages 211-219.
[4] Phillips, Charles F. et Duncan, Delbert J.—*Op. cit.*, page 15.

Twentieth Century Fund. Les conclusions ont paru en août 1939. Le comité a constaté ce qui suit:

> La concurrence au niveau de la production a eu pour effet d'abaisser les prix de revient à mesure que la pression en vue d'abaisser les prix stimulait la mécanisation et incitait à améliorer les méthodes d'exploitation. Mais, au niveau de la distribution, la concurrence provoque fréquemment une hausse des frais.[1]
>
> Au palier de la distribution, les frais sont certainement excessifs, mais dans quelle mesure, il est impossible de le dire. En d'autres termes, nous sommes convaincus que la distribution coûte démesurément, mais nous ignorons dans quelle proportion, pour l'ensemble comme pour les parties. Nous ne pouvons affirmer non plus s'il se produit plus ou s'il se produit moins de pertes dans la distribution que dans la production.[2]

Pour revenir au lait, n'oublions pas que le lait est un produit standardisé. Le gouvernement de l'Ontario non seulement sanctionne la fixation du prix, mais il l'impose. Les marques de lait sont différentes, mais le prix de vente est le même. Il est illégal de couper le prix. Le consommateur a le choix, s'il s'agit des marques de lait; mais il ne l'a pas, s'il s'agit du prix.

En ce qui concerne les produits pharmaceutiques, prenons, à titre d'exemple, l'aspirine. Le produit est standardisé. Indépendamment de la marque de fabrique, le produit doit répondre aux normes établies par la Pharmacopée britannique, et il est impossible, du point de vue chimique, de dépasser ces normes. Aux États-Unis, les normes sont celles de la Pharmacopée américaine. Le client peut acheter l'aspirine Bayer, sous le régime des lois d'équité commerciale, à raison de 12 comprimés pour 15c., ou l'aspirine St-Joseph à raison de 12 comprimés pour 10c., ou cent aspirines Bayer pour 59c. sous le régime du maintien des prix de revente et cent aspirines de la même norme, au prix infime de 9c. le cent. Il n'est pas tenu d'acheter la marque Bayer, et s'il l'achète c'est librement. Il peut se procurer les marques à prix modique à n'importe quelle pharmacie, indépendante ou succursale. Le mode de vente diffère ici considérablement de celui du lait et de tant d'autres articles. La fixation des prix n'a rien d'horizontal. Le client a toujours un bon choix, s'il n'opte pas pour le produit dont le prix est fixé.

Une autre remarque s'impose au sujet du commerce des produits pharmaceutiques. Il en est des médicaments comme du sel: on n'augmente pas la dose parce que le prix est modique. Pour les produits pharmaceutiques, la demande manque d'élasticité. On absorbe des médicaments parce qu'on est malade ou qu'on veut prévenir la maladie. On ne les prend pas parce qu'ils se vendent à meilleur compte.

Critique de l'opinion numéro 2

> Le maintien des prix de revente facilite et rend plus efficaces les ententes (formelles ou tacites) entre manufacturiers. Cette pratique peut facilement entraîner les mêmes conséquences qu'une entente directe... De plus, le maintien des prix de revente est très souvent un complément nécessaire des ententes entre manufacturiers, car il ne leur sert à rien de s'entendre sur un certain prix pour leurs produits respectifs si la concurrence au détail vient annuler les effets de l'arrangement.

Le terme *peut* n'est guère de mise, dans une discussion scientifique. Ce sont les faits qui comptent. A l'appui de son *peut*, le Comité invoque le témoignage de Corwin D. Edwards:

> La pression de la part des distributeurs favorise l'uniformité des remises. L'intérêt personnel des fabricants peut aisément conduire à l'uniformité des prix à la fabrique.

---

[1] Stewart, Paul W. et Dewhurst, Frederic—*Does Distribution Cost Too Much?*, page 339.
[2] *Ibid.*, page 348.

Corwin ne dit pas *conduit,* mais *peut conduire.* Une autre autorité, E. T. Grether, dit:

> On ne saurait s'imaginer que dans la plupart des cas la collaboration formelle ou non formelle entre manufacturiers rivaux dépend uniquement de la fixation des prix de revente.[1]
>
> Dans certaines industries, un ou quelques établissements monopolisent complètement la production. En voici une liste incomplète: producteurs de machines de cordonnerie, de voitures Pullman, de caisses enregistreuses, de dactylotypes, de machines comptables (électriques), d'extincteurs chimiques, de linoléum, de fil de rayonne, d'aluminium, de carbure de tungstène, d'accessoires photographiques, de molybdène, de magnésium, de béryllium, d'anthracite, de minerai de fer, de plâtre de construction, d'huile de lin, de nickel, de soufre, d'alcool industriel, d'azote synthétique, d'engrais chimiques, de fournitures de plomberie, d'instruments aratoires, de freins à air, de contenants en verre, de verre ignifuge, de verres d'optique, de lessiveuses, de machines à coudre, de fil à coudre, de lampes électriques, de coussinets à billes, d'accessoires électriques lourds, de moteurs et compteurs électriques, de locomotives, de navires, de bananes, de soupes en conserve, de biscuits et de craquelins, de services aériens transocéaniques et de communications transocéaniques. Nombreuses sont les industries qui pratiquent le monopole jusqu'à un certain degré. En 1935, dans un groupe de 54 industries les quatre établissements principaux comptaient pour plus des deux tiers de la production globale et en 1937, pour un groupe de 121 produits, les quatre établissements principaux comptaient pour plus des trois quarts de la production totale. Il est inévitable que dans de telles industries le monopole s'exerce dans une large mesure, sinon presque à pleine mesure[2].

La citation qui précède vise les États-Unis, mais nombreuses sont les industries américaines qui ont des filiales au Canada. Manifestement, aucun de ces potentats n'a besoin d'attendre la fixation des prix de revente pour décréter tacitement des ententes horizontales. Il semble donc illogique d'attribuer les ententes horizontales au maintien des prix de revente.

Dans le domaine des produits pharmaceutiques, les marques sont si nombreuses pour tant de produits que toute entente horizontale entre manufacturiers serait inconcevable. Exemple:

> Lors des audiences de 1937 au sujet du bill Miller-Tydings, M. E. L. Newcomb, vice-président du conseil d'administration de la National Wholesale Druggists' Association, a déclaré que la liste de son association contenait 200 marques de pâtes dentifrices, et qu'une énumération complète dépasserait probablement le millier; il a ajouté que des listes partielles, établies quelques années auparavant, énuméraient 1,200 marques de poudres faciales et 2,000 marques de laxatifs. Aux mêmes audiences, M. C. F. Welch, de la Toilet Goods Association Inc., affirmait que son association avait compilé 28,000 marques de savons parfumés et de cosmétiques. 75e congrès, 1re session, H. R. 1611, série no 1, janvier 27 et 29, 1937, pages 26 et 58.[3]

Critique de l'opinion numéro 3

> Toutefois, quand des moyens de coercition existent, le maintien des prix de revente établit un système privé de lois interdisant tout recours aux tribunaux, ainsi qu'il est clairement montré dans le Livre blanc britannique.

---

[1] Grether, E. T.—Price Control Under Fair Trade Legislation, p. 309.
[2] Ise, John—*Economics* (1946), page 140.
[3] Grether, E. T.—*Op. cit.*, page 226.

La déclaration est inexacte, et les faits ne la corroborent pas. Depuis un demi-siècle, aux États-Unis, plusieurs centaines de causes ont plus ou moins directement posé la question de la fixation des prix de revente. Les unes ont été initiées par le gouvernement contre de prétendus programmes de fixation des prix de revente, d'autres par des manufacturiers contre des distributeurs, et d'autres par des distributeurs contre des manufacturiers. On en mentionne plus de 300 aux pages 527-533 de *Price Cutting and Price Maintenance*, d'Edwin R. A. Seligman et Robert A. Love (Harper & Bros., New-York, 1932).

Les auteurs présentent cette cause intéressante:

> Antérieurement à 1915, le sujet de la fixation des prix de revente n'avait été volontairement présenté devant les tribunaux, à une seule exception près, que par des établissements qui recouraient à la fixation des prix. Dans les causes des maisons Keystone et Kellogg, c'est le gouvernement qui a pris l'initiative, et les établissements qui fixaient les prix se sont trouvés sur la défensive. Ils étaient encore les défendeurs dans la cause fédérale suivante, alors que, pour la première fois, un client traduisait devant les tribunaux un vendeur qui cherchait à faire respecter des prix de revente fixés. La cause a été fondée sur les dispositions du Clayton Act, qui avait été adopté moins d'un an auparavant, le 15 octobre 1914.
>
> La Great Atlantic and Pacific Tea Company, qui possède et exploite un système de magasins à succursales, a demandé devant les tribunaux une injonction et des compensations à la Cream of Wheat Company, soutenant que la société défenderesse, en refusant de lui vendre, avait enfreint les dispositions du Clayton Act qui interdisent d'opérer dans les prix des variations susceptibles soit d'atténuer la concurrence soit de favoriser la création de monopoles. La société demanderesse a poursuivi la Cream of Wheat Company en vue d'obliger cette dernière à lui vendre.
>
> La cour, en refusant la requête de la demanderesse, a fait observer que si la pratique tendait à atténuer la concurrence, elle ne constituait pas au commerce une entrave à ce point déraisonnable que la demanderesse pût invoquer pour elle les dispositions du Clayton Act; au contraire, la cour a été d'avis qu'une injonction aurait pour effet d'entraver le commerce dans la mesure où elle permettrait à celui qui coupe les prix d'éliminer la concurrence en rendant impossible aux autres détaillants la vente du même article avec une marge de bénéfice. En d'autres termes, de l'avis de la cour, l'arme du monopole c'est plutôt la coupe que le maintien des prix.

Il s'agit d'un jugement de tribunal, *non d'une expression d'opinion.*

C'est précisément une poursuite du genre qui a provoqué la récente décision de la Cour suprême des États-Unis invalidant la disposition relative au non signataire que renfermaient les Fair Trade Laws. C'est un détaillant de whisky qui a soutenu la cause devant les tribunaux.

Le maintien des prix de revente a, en Grande-Bretagne, un statut bien différent devant la loi qu'aux États-Unis ou même au Caanda. Voici un exposé assez long du statut légal en Grande-Bretagne:

> Un groupement de commerçants est alors un syndicat de commerçants, tel que le définit l'article 16 du Trade Union Act de 1876. "Syndicat de commerçants" signifie "toute association, provisoire ou permanente, ayant mission de réglementer les relations entre travailleurs et patrons, ou entre travailleurs et travailleurs, ou entre patrons et patrons, ou d'imposer des mesures restrictives à la conduite du commerce ou des affaires, que ladite association soit jugée ou non . . . une association illégale

parce qu'une ou plusieurs de ses fins sont considérées comme entraves au commerce". Dans la mesure où un groupement de commerçants a pour fin principale le recours à des mesures restrictives contre la conduite du commerce, elle devient un syndicat de commerçants au sens de la loi.

Certains corollaires importants en découlent. Les groupements de commerçants jouissent de la protection de toute la série de lois sur les syndicats de commerçants promulguées de 1871 à 1927; or voici les articles 2 et 3 de la loi de 1871: "Les fins de tout syndicat, pour le seul motif qu'elles posent une entrave au commerce, ne seront pas considérées illégales au point d'exposer quelque membre dudit syndicat de commerçants à une poursuite judiciaire . . ."; et "les fins de tout syndicat, pour le seul motif qu'elles posent une entrave au commerce, ne seront pas illégales au point de rendre nul ou annulable quelque contrat ou convention". L'article 4 de la loi de 1871 impose toutefois aux groupements de commerçants une importante incapacité légale, en édictant qu'une "entente intervenue entre les membres d'un syndicat de commerçnats concernant les conditions auxquelles les membres doivent ou ne doivent pas vendre leurs produits . . ." ne peut être directement exécutoire devant les tribunaux judiciaires.

Les groupements de commerçants jouissent ainsi de l'immunité contre des poursuites en dommages-intérêts qu'on aurait autrement pu leur intenter (si elles n'étaient pas considérées comme des syndicats de commerçants) pour avoir posé des actes qui seraient jugés des torts sujets à action judiciaire sous le régime du maintien des prix. Le régime de la fixation des prix requiert cependant que les sanctions s'appliquent à ceux qui vendent pour moins que le prix permis. Par contre, aucune obligation contractuelle, exécutoire devant un tribunal ordinaire, ne contraint le vendeur à se conformer aux prix établis. Les groupements de commerçants ont donc prévu leurs propres sanctions; la soi-disant "liste d'arrêt" (Stop List) en est une très puissante; on refuse d'approvisionner le vendeur qui, au jugement de l'association, a enfreint les règlements régissant la fixation des prix. Le statut du syndicat de commerçants lui permet de refuser d'approvisionner de tels commerçants, sauf si, au jugement des tribunaux judiciaires ordinaires, l'association s'est rendue coupable d'"entraver le commerce".

"La loi courante, relative aux entraves du commerce, a été établie en 1894, par une décision de la Chambre des Lords, que voici:

Le public trouve son intérêt à ce que quiconque exerce son commerce librement; l'individu y trouve aussi le sien. Toute intervention dans la liberté d'action individuelle dans le commerce, ainsi que toutes les entraves posées au commerce, s'il n'y a rien de plus, jouent contre l'intérêt public et sont donc non avenus. Voilà la règle générale. Mais elle comporte des exceptions: l'entrave posée au commerce et l'intervention dans la liberté d'action individuelle peuvent trouver leur justification dans les circonstances particulières à tel cas. La justification est suffisante, même c'est la seule justification si la restriction est raisonnable, c'est-à-dire raisonnable en fonction de l'intérêt des parties en cause et raisonnable en fonction de l'intérêt du public en général; elle doit être rédigée et arrangée de façon à accorder protection suffisante à celui en faveur de qui elle est imposée tout en ne nuisant d'aucune façon à l'intérêt public." De fait, les tribunaux n'ont pas exclus la mise en vigueur de la fixation des prix en invoquant la "liste d'arrêt" comme une entrave au commerce . . . [1]

[1] Hall, Margaret (Agrégée et professeur d'économie politique au Somerville College, à Oxford)—*Distributive Trading* (Hutchison's University Library), pages 148-150.

On a tort de dire que "le maintien des prix de revente établit un système privé de lois interdisant tout recours aux tribunaux". Par le passé, comme l'indiquent les citations qui précèdent, il peut en avoir été ainsi en *Angleterre,* mais la faute en est exclusivement au droit et à la coutume de ce pays. La fixation des prix de revente n'a pas, *per se,* ce résultat. Le droit anglais produit ce résultat, mais *non pas* le droit canadien ni le droit américain. A preuve, la cause que signalait le *Globe and Mail* du 31 octobre 1951: "La Sunbeam Corporation, de Chicago, fabricants d'accessoires de ménage, a inscrit aujourd'hui à la Cour fédérale, par suite de la guerre des prix de mai dernier, une triple poursuite en dommages-intérêts, représentant six millions de dollars, contre la R. H. Macy and Company et quatre dirigeants du magasin à rayons." Peu importe, en l'espèce, qui gagnera; ce qui importe c'est que le régime de la fixation des prix de revente n'établit pas de loi interdisant tout appel devant les tribunaux.

C'est dans sa méthode d'application que la Proprietary Articles Trade Association du Canada a commis son erreur.

"Le sixième rapport (1927) visait une association de pharmacies (gros et détail) et les manufacturiers d'articles brevetés qu'elle (la Proprietary Articles Trade Association) vendait. L'association voulait, par un système de boycotage, imposer le régime de la fixation des prix de revente aux pharmaciens détaillants. Le rapport a conclu que la disposition violait la loi (loi des enquêtes sur les coalitions) et l'association s'est dissoute."[1]

Il semble que les tribunaux canadiens n'ont jamais encore été saisis d'une cause posant la question de la fixation des prix de détail; c'est parce que, jusqu'à date, aucune loi n'autorise cette fixation ni ne l'interdit. La sagesse commanderait de ne pas édicter une loi prohibitive au Canada *à cause* des pratiques commerciales qui ont cours en Grande-Bretagne. La comparaison ne se pose pas.

Critique de l'opinion numéro 4

> Malgré l'absence de renseignements précis, certaines constatations semblent prouver que le maintien des prix de revente contribue à la stabilité des prix, mais le niveau des prix ainsi stabilisés est plus élevé et la production plus instable qu'ils ne le seraient sous un régime de concurrence.

A l'appui de son opinion, le Comité invoque cinq des six conclusions auxquelles a abouti la Federal Trade Commission des États-Unis et que signale A. R. Oxenfeldt dans son ouvrage: *Industrial Pricing and Market Practices.*

La question consiste à doser l'importance de la "partie" de la preuve, et de combien plus élevé se trouve présentement, à la lumière de cette "partie" de la preuve, le niveau des prix découlant du régime actuel de maintien des prix de revente. Puisque le gouvernement fonde sur cette preuve sa future mesure législative visant à réduire le coût de la vie, il faut que la preuve soit concluante et probante.

Oxenfeldt consacre moins de quatre pages et demie de son ouvrage de 602 pages au problème des effets économiques du maintien des prix de revente (pages 425-429), et l'une énumère les six conclusions de la Federal Trade Commission des États-Unis. Rien dans ces quatre pages et demie n'offre au Comité plus que le fil le plus mince pouvant soutenir l'assertion précitée.

Oxenfeldt conclut:

> Pour établir les répercussions qu'une mesure sur le maintien des prix de revente peut avoir sur les prix, il importe de ne pas oublier, premièrement, que les distributeurs indépendants, pris collectivement,

[1] Bladen, V. W.—*An Introduction to Political Economy* (University of Toronto Press), page 210.

restent fermement en faveur de ce régime, et très probablement pas parce que le régime tend à réduire leurs profits; deuxièmement, que le régime limite sensiblement le nombre des domaines où se pratique la coupe des prix, restreignant du même coup les prix attrayants que les grands distributeurs peuvent offrir. Ces deux considérations ajoutent du poids à l'argument *faible et empirique* (c'est moi qui souligne) voulant que la moyenne des prix de détail ait été haussée par le régime du maintien des prix de revente. Troisièmement, les prix ont augmenté surtout pour les acheteurs qui jusque-là avaient eu assez de sens d'économie pour encourager les grands distributeurs ou dont la modicité du revenu les obligeait à s'adresser aux magasins coupant les prix. En conséquence, le régime du maintien des prix de revente semble avoir un effet régressif. Quatrièmement, le régime du maintien des prix de revente a restreint la coupe des prix davantage chez les grands distributeurs que chez les petits magasins indépendants. Les petits distributeurs peuvent se permettre une coupe raisonnable dans les prix, mais les grands distributeurs subissent l'étroite surveillance et des manufacturiers et des détaillants rivaux. Ainsi, le régime du maintien des prix de revente joue de deux façons en faveur du petit distributeur: le grand distributeur ne peut couper ses prix au-dessous de ceux du petit, et le petit distributeur jouit d'une latitude considérable pour vendre moins cher que le grand distributeur.

Je tiens à souligner "argument faible et empirique voulant que la moyenne des prix de détail ait été haussée par le régime du maintien des prix de revente", parce que c'est sur un *argument de cette faiblesse* que le gouvernement fonde sa proposition tendant à rendre illégal le maintien des prix de revente.

Oxenfeldt [1] déclare l'argument faible et empirique, mais il ne l'expose aucunement. Or, devant les tribunaux, l'exposé de la preuve revêt tellement d'importance qu'il vaut sans doute la peine de reproduire ce qui reste des quatre pages et demie qu'Oxenfeldt consacre aux effets économiques du maintien des prix de revente. [2]

1. *Difficultés que présente l'estimation empirique de l'inflence qu'exerce le maintien des prix de revente.* Pour déterminer les effets d'une mesure visant le maintien des prix de revente, il est nécessaire de comparer les conditions qui se produisent après l'application de la mesure avec les conditions qui se seraient produites la mesure n'eut-elle pas été adoptée. C'est une impossibilité, il va sans dire.

"Plusieurs méthodes peuvent servir à mesurer l'influence que le régime du maintien des prix de revente a sur les prix de détail. D'abord, on peut comparer les prix qui règnent dans les États où le maintien des prix de revente est légal avec ceux qui ont cours dans ceux où le régime n'existe pas. Ensuite, on peut comparer les fluctuations de prix qui se sont produites pour les denrées assujéties à la fixation des prix avec celles des produits qui échappent à ce régime. Enfin, on peut comparer les prix des produits visés par la fixation des prix avant l'application de la mesure avec les prix des produits correspondants après la mise en vigueur de la loi.[1]

"*Ces comparaisons sont dangereuses* (c'est moi qui souligne) car il y a risque de comparer des produits dissemblables. Des marques de produits pour lesquels les manufacturiers obtiennent un prix de détail minimum peuvent différer essentiellement d'autres marques des mêmes produits pour lesquels les manufacturiers ont établi des prix qui échappent aux lois sur la fixation des

[1] Il est fait grand état d'Oxenfeldt parce que c'est le seul témoignage qu'ait invoqué le Comité à l'appui de son opinion.

[2] Oxenfeldt, A. R.—*Op. cit.*, pages 425-426.

[3] Ce sont pour ainsi dire les deux seules méthodes qu'ait utilisées E. T. Grether dans *Price Control Under Fair Trade Legislation.*

prix de revente. Parce que les manufacturiers agissent différemment, on conclut naturellement que les marques présentent une différence économique essentielle. *La comparaison des prix d'avant et d'après l'application de la loi est à repousser pour deux raisons.* La première, c'est que les conditions dans lesquelles la loi est généralement adoptée sont celles de rapides changements économiques. Par exemple, les lois rendant légale la fixation des prix de revente ont pour la plupart été adoptées au cours des années où les conditions générales des affaires évoluaient plus ou moins rapidement. Plusieurs des lois édictées par les États et visant la fixation des prix de revente sont de 1933 et 1944 (26 des lois de loyal commerce, adoptées par les États, ne datent que du premier semestre de 1937), années où les affaires étaient très instables, surtout en conséquence des programmes N.R.A. et A.A.A. du gouvernement. La loi Miller-Tydings a aussi été édictée au début de l'une des plus verticales descentes commerciales de nos annales nationales. La deuxième, c'est que la réaction dans les prix, immédiatement après l'adoption de la loi, risque de ne pas être la même qu'elle ne serait, une fois les manufacturiers, les détaillants, les grossistes et les consommateurs bien au courant de l'application de ses dispositions.

"La comparaison des prix, dans les États où la fixation des prix de revente est légale, avec les prix des mêmes produits là où le régime de la fixation ne joue pas, offre aussi des difficultés. Presque invariablement, dans les États où le maintien des prix de revente est illégal, la même marque est vendue à des prix différents, ce qui s'explique en partie soit par l'importance du magasin, soit par le nombre de la population locale, soit par le niveau de revenu dans le voisinage, et ainsi de suite. Avec lequel de ces différents prix prévalent dans ces États convient-il de comparer les prix qu'établissent les manufacturiers sous le régime du maintien des prix de revente?

"Malgré les difficultés que présente l'établissement d'une preuve solide au sujet des effets qui découlent du régime du maintien des prix de revente, on peut tirer des données disponibles de brèves conclusions. Elles souligneront l'influence que le régime du maintien des prix de revente a sur les prix de détail. Un autre effet, mais indirect, du régime du maintien des prix de revente, se fait sentir sur les débits du commerce de détail, sur le nombre et le volume des ventes du commerce de gros."

"2. *Effet du régime du maintien des prix de revente sur les prix que paient les consommateurs.* Voici un sommaire de plusieurs études portant sur une comparaison entre les prix ayant cours dans les États de loyal commerce et les prix des produits identiques dans les États voisins où le régime de la fixation des prix est illégal:

1. La comparaison de 117 articles marqués révèle que trente-cinq coûtent environ un tiers de moins à Washington (D. de C.), qui n'a pas de loi sur le loyal commerce, que dans le Maryland, où le régime de fixation des prix est légal; trente-huit coûtent un quart de moins, et vingt-neuf un septième de moins.

2. Cinquante-quatre produits pharmaceutiques du loyal commerce coûtent en moyenne 16·2 p. 100 de plus sur le versant est du Mississipi, où le loyal commerce est autorisé par la loi, que du côté de Saint-Louis, où il ne l'est pas.

(Ces résultats ont été publiés dans un article intitulé: "The Not-So-Fair-Trade-Laws", qui figure à la page 70 du numéro de janvier 1949 de *Fortune*. On ne peut établir si, aux endroit où la fixation des prix de revente est illégale, les prix cités sont les prix moyens dans toute sorte de magasins ou les prix les plus bas ou les plus élevés auxquels les produits se sont vendus. La date à laquelle ces études ont été effectuées n'est pas mentionnée dans l'article.)

3. A l'égard d'articles détachés, on rapporte les écarts de prix suivants entre le District de Columbia et le Maryland (en dollars):

   a) Crème à barbe Barbasol: District de Columbia, 29c.; Maryland, 39c.

   b) Lilly's Lextrol (sic) Pulvules (84): District de Columbia, $2.29; Maryland, $3.15.

   c) Old Grand-dad (whisky); District de Columbia, $5.45; Maryland, $6.55 (la taxe de l'État non comprise).

   d) Poudre pour mal de tête, BC: District de Columbia, 10c.; Maryland, 19c.

Les extraits mentionnés ci-dessus et les citations qui paraissent aux pages 7, 8 et 28 du présent mémoire constituent toute la matière présentée par Oxenfeldt, sauf une exception, sous le titre "Effets économiques de la fixation des prix de revente".

Cette exception, qui n'est pas pertinente en ce moment, est la suivante: "En Grande-Bretagne, où la fixation des prix de revente se pratique depuis assez longtemps, deux commissions gouvernementales ont jugé que les détaillants jouissent d'une marge relativement faible (Grether, ouvrage cité, pages 314 et 315). Ce qui s'est produit en Grande-Bretagne ainsi que d'autres considérations nous portent à croire que le détaillant ". . . perdra peut-être une partie ou la totalité de cet avantage initial, du point de vue marchandage, à mesure que le régime s'établira. (Grether, ouvrage cité, page 312)".

Bien qu'il ait critiqué lui-même la méthode selon laquelle sont recueillies des données empiriques. Oxenfeldt déclare que "les conclusions à tirer des données disponibles seront résumées brièvement". Ces conclusions paraissent à la page 21 du présent mémoire. Par sa critique de la méthode selon laquelle les données sont recueillies, il rend "les modestes données empiriques" encore plus modestes.

L'ouvrage d'Oxenfeldt a été publié en 1951. Ses renseignements *disponibles* consistent en extraits de l'ouvrage intitulé *Price Control Under Fair Trade Legislation,* dû à la plume de Grether, en l'article paru dans *Fortune,* numéro de janvier 1949, et en le rapport de 1945 de la Commission fédérale du commerce chargée d'étudier la fixation des prix de revente. Dans les pages suivantes, nous soumettons d'autres données *disponibles,* qui étaient à la portée d'Oxenfeldt et d'ailleurs, du comité provisoire. Nous ne disons pas que ces données supplémentaires, que nous présentons, sont plus valides que celles qu'ont employées Oxenfeldt et le Comité. Mais nous soutenons qu'elles sont tout aussi valides.

Comment le commerce équitable a enrayé la hausse des prix.[1]

D'après une étude minutieuse faite par l'Association nationale des pharmacies à succursales, les prix des produits pharmaceutiques et des articles de toilettes vendus en vertu de contrats de loyal commerce n'ont augmenté que de 1·39 p. 100 de 1939 au 1er juin 1947. Lorsque la hausse des prix qui a eu lieu de 1939 à 1947 est comparée avec les achats réellement effectués par le public dans les pharmacies, la hausse des prix n'est que de 3·12 p. 100 en moyenne.

Cette étude est fondée sur les prix minimums de loyal commerce de 7,334 produits pharmaceutiques et articles de toilette, vendus dans des pharmacies, qui étaient assujétis au régime de commerce équitable en 1939 et qui le sont encore. Ni le format ni la qualité de ces articles n'ont changé depuis 1939; la comparaison des prix est donc juste. Ces articles proviennent de 250 fabricants qui produisent environ 85 p. 100 de tous les produits pharmaceutiques et articles de toilettes, assujétis au régime du commerce équitable, qui se vendent dans les pharmacies à succursales.

[1] *Chain Store Age,* octobre 1947.

"Pour acheter une unité de chacun de ces articles en 1939, au prix de détail assujéti au régime du commerce équitable, il aurait fallu dépenser $14,403.29. Pour les acheter, au prix de détail assujéti au régime du commerce équitable, le 1er juin 1947, il aurait fallu dépenser $14,603.56. On voit donc que l'augmentation nette du prix de tous ces 7,334 articles assujétis au régime du commerce équitable, n'a été que de $200.27, soit de 1·39 p. 100.

COMPARAISON DE 1939 À 1947

Aliments	hausse	103·7%	*Hausse*
Vêtements	hausse	85·1%	*pour*
Ameublement	hausse	81·5%	*tous les*
Loyer	hausse	4·7%	*articles*
Combustible, glace, électricité	hausse	20·7%	*59·3%*
Divers	hausse	38·5%	
Prix de loyal commerce des produits pharmaceutiques et des articles de toilette	hausse		3·1%

L'Association nationale des pharmacies à succursales a chargé M. Joseph A. Fletcher, expert conseil, de faire une étude impartiale. Les résultats de cette étude ont été présentés par M. Fred J. Griffiths, secrétaire de l'Association nationale, à une réunion de l'Association des pharmacies à succursales, tenue le 9 septembre 1947, à l'hôtel New-Yorker, à New-York.

	Nombre d'articles	*Aucun changement*	*Baisse*	*Hausse*
Produits pharmaceutiques	4299	2674	340	1285
Vitamines	455	93	269	93
Produits de beauté	1814	1213	61	540
Articles de toilette	541	356	22	163
Divers	225	41	5	179
Résumé	7334	4377	697	2260

TABLEAU 2

INDICES DES PRIX DE CINQUANTE PRODUITS PHARMACEUTIQUES IMPORTANTS AVANT ET APRÈS LA DISTRIBUTION, EN VERTU DE CONTRATS DE LOYAL COMMERCE, POUR PHARMACIES À SUCCURSALES ET PHARMACIES INDÉPENDANTES À DIVERS CHIFFRES D'AFFAIRES [1]

LE PRIX MARQUÉ EST ÉGAL À 100

Genre de pharmacie	*Chiffre d'affaires (annuel)*	*Avant le régime du loyal commerce 1939*		*Changement*
1. Indépendant—	inférieur à $10,000	93.1	90.6	—2.5
2. "	$10,000 à $20,000	92.7	89.3	—3.4
3. "	$20,000 à $30,000	91.7	88.2	—3.5
4. "	$30,000 à $50,000	90.6	87.3	—3.3
5. "	$50,000 et plus	85.8	85.4	—0.4
6. Pharmacies à succursales— tous chiffres d'affaires		78.6	83.5	+4.9
Moyenne pondérée		87.0	87.0	—4.9

[1] *Ostlund, H. J. and Vickland C. R.*—Fair Trade and the Retail Drug Store, 1940, p. 11.

LES PRIX DE COMMERCE ÉQUITABLE DES PHARMACIES NE MONTENT QUE DE 7·4 P. 100 TANDIS QUE LES AUTRES MONTENT EN FLÈCHE DE 14·8 P. 100[1]

"les prix des produits pharmaceutiques assujétis au régime du commerce équitable n'ont augmenté que de 7·4 p. 100 au cours des 35 derniers mois, soit précisément la moitié de l'augmentation de 14·8 p. 100 subie par les articles de consommation en général.

"C'est ce qu'a révélé la semaine dernière l'Office de recherches en matière de loyal commerce lorsqu'il a publié les résultats d'une étude faite pour l'Office par la maison McKesson et Robbins.

"Les produits faisant l'objet de cette vaste étude représentent plus de 90 p. 100 des produits vendus dans les pharmacies, sauf ceux des bars pour glaces et rafraîchissements non alcooliques, le tabac et les revues.

"Le prix des produits pharmaceutiques non assujétis au régime du commerce équitable a augmenté de 13·3 p. 100 du 1er janvier 1947 au 1er décembre 1950, c'est-à-dire presque dans la même proportion que l'indice du prix des articles de consommation.

"Ont fait l'objet de cette étude, les produits vendus par
53 fabricants de produits pharmaceutiques
51 fabricants de spécialités médicales
51 fabricants d'articles de toilette
74 fabricants d'articles divers

dont l'ensemble représente plus de 90 p. 100 du chiffre d'affaires de $2,400,000 des pharmacies".

Ces chiffres ne sont pas assujétis à la plupart des réserves (avant et après l'adoption de la mesure législative, régions où la fixation des prix est légale et celles où elle ne l'est pas, différences dans les catégories de pharmacies, la population des collectivités, le revenu des classes sociales du voisinage et échantillonnage non uniforme d'un nombre limité d'articles tels que 54 et 117 auxquelles sont assujétis les chiffres mentionnés par Grether et Oxenfeldt.

Reinhold P. Wolff soutient que la fixation des prix de détail en Europe n'a pas causé la hausse des prix en général ni déterminer l'uniformité des prix dans une proportion quelque peu considérable, ni empêché l'expansion de la vente au détail en grand[2].

> ...les prix ont augmenté le plus pour les acheteurs qui auparavant ont été assez économes pour donner leur clientèle aux distributeurs en masse et qui, étant donné leurs faibles revenus, sont contraints de donner leur clientèle aux magasins à prix réduits[3].
>
> de plus
>
> Tous les renseignements disponibles et les théories faites *a priori* nous portent indubitablement à conclure que les clients des maisons à bas prix et à services limités sont contraints de payer plus cher qu'auparavant les marchandises assujéties à la réglementation[4]
>
> mais
>
> Ainsi les consommateurs qui donnent leur clientèle aux marchands isolés sont les moins atteints ou peuvent bénéficier de la fixation des prix de revente car auparavant ils payaient cher leurs produits[5]
>
> et
>
> En général, cependant, il semble que la fixation des prix de revente à l'égard des produits pharmaceutiques s'est révélée avantageuse jusqu'ici pour les clients des pharmacies isolées car les pharmaciens isolés tendent à réduire leurs prix quelque peu[6]

[1] *Drug Topics*, New-York, janvier 1951.
[2] *Wolff, Reinhold P.*—Price Control Under "Fair Trade" Legislation Round Table. The American Economic Review, Vol. XXX, nº 1, supplément, mars 1940, pages 115 à 117.
[3] *Oxenfeldt, A. R.*—ouvrage cité, p. 429.
[4] *Grether, E. T.*—ouvrage cité, p. 298.
[5] *Ibid*—p .306.
[6] *Ibid*—p. 306.

Il est intéressant de noter quels étaient certains prix *auparavant.*

Deux cas montrent le genre de matières premières qui ont servi à constitués les tableaux des prix de 1933. Le tableau I compare brièvement les prix annoncés en 1933 par une maison de San-Francisco aux prix de gros publiés et aux prix alors proposés par la *Northern California Retail Druggists' Association.* Seulement 8 des 106 articles ont été offerts en vente à des prix supérieurs au prix de gros marqué régulier; et seulement 6, au prix de gros marqué, tandis que 92 articles ont été offerts en vente à un prix inférieur au prix de gros marqué. La moyenne arithmétique des prix de ces 106 articles était de 11·9 p. 100 inférieure à la moyenne des prix de gros et de 36·9 inférieure à la moyenne des prix de détail proposés par la *Northern California Retail Druggists' Association.* Les prix proposés par l'Association auraient donné une marge moyenne de 30·1 p. 100 des ventes, si les marchands avaient acheté leurs produits aux prix de gros réguliers.

Le second exemple nous vient de Los-Angeles. En novembre 1933, une pharmacie de vente au détail de Los-Angeles, réputée pour ses réductions de prix, offrait, dans trois annonces publiées dans l'*Evening Herald* de Los-Angeles, de vendre 17 produits pharmaceutiques à un prix inférieur au prix de gros publié. Le prix de ces articles variait de 52·9 à 88·6 p. 100 du prix de gros marqué régulier. La moyenne arithmétique du prix de vente s'établissait à 74·2 p. 100 du prix du gros. Cette maison offrait ces articles en vente à des prix de 47·1 à 11·4 p. 100 inférieurs aux prix de gros réguliers; en moyenne elle avait réduit ses prix de 25·8 p. 100 du prix de gros marqué [1].

Cette longue citation atténue considérablement la première conclusion du rapport de la Commission fédérale du commerce qu'Oxenfeldt a citée et qui figure à la page 19 du rapport intérimaire:

1. "...quand le maintien des prix de revente est entré en vigueur, il força les magasins à succursales multiples à élever leurs prix, pendant que les pharmacies indépendantes ont, en moyenne, réduit les leurs. Toutefois, ces réductions variaient considérablement d'après la grandeur des établissements et, dans le cas des pharmacies indépendantes, le pourcentage des baisses était beaucoup moindre que celui des hausses effectuées par les magasins à succursales multiples.".

En 1931, il y avait approximativement 4,000 pharmacies à succursales multiples aux États-Unis. Parmi celles-ci, 40 p. 100 étaient exploitées ou dirigées par quatre sociétés: la L. K. Liggett Company, la Walgreen Company, la Whelan Drug Company et la Peoples Drug Store, de Washington. En 1933 ou 1934, la Liggett Company, la plus importante de toutes ces sociétés, la Whelan Drug Company, la Owl Drug Company, qui possède l'ensemble de succursales le plus important sur le littoral du Pacifique, et les pharmacies Mayflower étaient toutes devant la cour de faillite. En 1933, la United Drug Company, société d'exploitation et détentrice, a réorganisé la L. K. Liggett Company sous la raison sociale de Liggett Drug Co., Inc. et, au cours de la même année, elle a acheté la masse active de la Owl Drug Co. en faillite. En 1944, elle a acheté les titres de la Sontag Chain Stores, Ltd., de Californie, possédant quelque 48 pharmacies succursales.

En novembre 1949, la revue *Times* annonçait que les bénéfices nets de la Liggett Drug Co. avaient baissé de $4,048,403 en 1946, à $1,415,869, en 1948, et à l'égard des 9 premiers mois de 1949 elle annonçait une perte de $1,167,125. De plus, cette société a réduit le nombre de ses pharmacies de 540 qu'il était en 1946 à 340 en 1949 et projetait de réduire ce nombre à environ 300 en 1950. En outre, elle a réduit son personnel de 2,500 employés en 1949.

[1] *Grether, E. T.*—op. cit., pages 86 et 87.

La conclusion nº 6 du rapport de la Commission fédérale du commerce, mentionnée par Oxenfeldt n'a pas été publiée par le Comité dans son rapport intérimaire. Elle est ainsi conçue:

> Les fabricants des produits pharmaceutiques à prix fixé et faisant l'objet de la présente étude ont *établi*, en général, des prix situés dans la gamme des prix effectivement exigés par leurs clients importants juste avant le moment où ils ont assujéti leurs produits à marque de fabrique à la fixation d'un prix minimum de revente.

Il se peut que le Comité ait mis de côté cette conclusion parce qu'à prime abord elle semble incompatible avec la première conclusion de la Commission fédérale du commerce. Cependant, il n'en est pas ainsi lorsqu'on se rend compte que les pharmacies à succursales visées par la première conclusion ont dû être celles qui baissaient le prix de certains articles en dessous du prix de gros pour s'en servir comme "articles sacrifiés".

D'autre part, si les fabricants ont fixé des prix minimums qui se rangeaient parmi les prix *effectivement exigés* par leurs clients à gros chiffres d'affaires, la fixation des prix de revente n'a ni fait hausser les prix, comme le soutient le Comité, ni contraint les clients des maisons à bas prix et à services limités ou les acheteurs qui auparavant étaient assez économes pour donner leur clientèle aux distributeurs en masse, à payer plus cher. La seule privation qu'elle ait causé, ce fut de priver de leurs aubaines les acheteurs d'"articles sacrifiés". Quelle sorte d'aubaines y avait-il lorsque les plus importantes sociétés à succursales, mentionnées précédemment, ont fait faillite?

Le Comité a transcrit dans son rapport les trois premières lignes de la page 428 de l'ouvrage d'Oxenfeldt, mais il a omis de mentionner le milieu de la page où il est dit que "la Commission fédérale du commerce a décidé que:

> ...Les rabais consentis par certains pharmaciens, à l'égard de certaines denrées assujéties à la fixation des prix, en 1939, étaient en réalité des réductions du prix du fabricant si considérables que les détaillants après avoir baissé leurs prix réalisaient des bénéfices aussi considérables et parfois plus considérables qu'ils n'en réalisaient antérieurement lorsque les articles se vendaient à des prix plus élevés".

Les faits mentionnés à la décision nº 6 du rapport de la Commission fédérale du commerce et le passage cité ci-dessus ainsi que l'omission par le Comité d'inclure des éléments de preuve dont il était saisi fait planer un fort doute sur son allégation selon laquelle la fixation des prix de revente fait hausser les prix.

Grether juge bien la situation lorsqu'il affirme:

> Bien que le mouvement tendant à enrayer la concurrence en matière de prix soit né de conflits dans l'industrie et le commerce et qu'il trouve son sens le plus profond dans le jeu de ces forces, on en présente souvent le pour et le contre au public en fonction du bien-être du consommateur[1]
>
> et
>
> L'aspect particulier du mouvement actuel c'est la juxtaposition, au point de vue du marchandage, des fabricants jouissant de droits de monopole à l'égard de leurs marques et des détaillants organisés jouissant d'une puissance monopolisatrice qui provient d'une combinaison qui s'ajoute à leur régie particulière de "monopole partiel".

Antérieurement, les fabricants les plus solidement établis pouvaient souvent obtenir les services des détaillants sans les récompenser, ou en les récompensant peu, ou même ils jouissaient d'une prime donnée à contre-cœur; maintenant les détaillants exigent que les produits de ces fabricants soient profitables.[2]

---

[1] *Grether, E. T.*—op. cit., page 294.
[2] *Ibid*—page 311.

Le Comité dit *Twentieth Century Fund Committee on Distribution* expose admirablement bien la situation lorsqu'il affirme:

> Comme il en est toujours de même dans de tels conflits qui se rapportent aux institutions, la défense oscille inconsciemment entre l'intérêt public général et le désir des particuliers d'être protégés par la loi.

Ceux qui s'opposent à la fixation des prix de revente soutiennent leur thèse de la même manière avec une éloquence qui tient de nobles sentiments et du "moi d'abord". Gros distributeurs, ils sont moins nombreux que les petits, mais ils disposent de puissants moyens d'exposer leurs vues. Par le truchement de la publicité, de la radio et de savants étalages, ils disent au monde que par la fixation des prix

(1) on nuit à l'efficacité;
(2) on doit thésauriser les épargnes résultant des bas prix de revient au lieu d'en faire bénéficier le public;
(3) les marges de bénéfices sont si inégales dans les divers genres de débouchés et dans les diverses collectivités que ce n'est qu'à un nombre bien restreint d'endroits que peut convenir un prix minimum fixé;
(4) ce qui est juridiquement approuvé au nom de la clientèle du fabricant lui est réellement imposé à son propre désavantage par des distributeurs déjà trop nombreux qui relèvent littéralement de "l'assistance publique commerciale" aux frais du public . . ."[1]

Le passage suivant tend à prouver davantage que la fixation des prix de revente n'augmente pas nécessairement les prix:

> Quelques éléments de preuve s'accumulent au sujet des écarts des prix causés. Un résumé assez documenté a paru dans un article dû à la plume de Reinhold Wolff et Duncan Holthausen qui a été publié en juillet 1938 dans la revue *Dunn's*. Ce résumé était fondé sur une multitude de prix déposés auprès de la *New York State Pharmaceutical Association* et d'autres prix obtenus grâce au concours de la *National Independent Pharmacists, Inc.*, et vérifiés partiellement par un sondage fait indépendamment par les auteurs . . .

A titre de pure conjecture, on peut dire qu'il est probable que l'accroissement du nombre des pharmacies de vente au rabais témoigne de l'effet des "articles fort sacrifiés" et de l'annonce des prix. D'autre part, il est au moins vraisemblable que la suppression de cette pression a incité davantage les petits marchands du voisinage à favoriser la vente des articles en cause au lieu de les vendre tout simplement à titre d'articles nécessaires et commodes. Cette dernière possibilité a certes dû être accrue, jusqu'à un certain point, par la tendance du prix minimum à devenir régulier.

L'un des points faibles de ces rentrées, c'est qu'elles n'indiquent pas le rapport qui existe entre le chiffre des ventes et les divers rajustements. Mettons que le public, au total, ait payé plus cher pour ces marchandises populaires à cause des lois, on peut encore se demander si l'augmentation du prix a été plus importantes ou moins importante que sa valeur pour mieux équilibrer la concurrence sur une base efficace. [2]

Une note au bas de la page, qui suit le passage précédent est ainsi conçue: Les résultats de ces diverses études, cela va de soi, variaient avec les endroits, les genres de pharmacies étudiées et selon les intérêts des enquêteurs, mais dan l'ensemble ces études confirment au moins l'existence de tendances opposées semblables à celles qu'ont décrites Wolff et Haulthausen.[3]

Il y a lieu d'analyser la quatrième décision que renferme le rapport de la Commission fédérale du commerce puisque le Comité s'en sert pour appuyer ses vues.

[1] *Stewart, Paul W., and Dewhurst, Frederic*—Does Distribution Cost Too Mutch? pages 271 et 272.
[2] *Ibid*—pages 274 et 275.
[3] *Ibid*—page 275.

4. "...dans le commerce pharmaceutique, les magasins à succursales multiples et les magasins à rayons, qui ont été contraints de relever les prix, touchaient en général de fortes marges de bénéfices bruts s'élevant en moyenne à 20 p. 100 ou plus de la valeur des ventes et atteignant parfois 30 p. 100 ou plus avant que le maintien des prix de revente ne soit appliqué".

Si les grands magasins et les magasins à succursales ne réalisaient en moyenne *que* 20 p. 100 de bénéfices à l'égard des produits pharmaceutiques, c'est qu'ils s'en servaient à titre d'articles sacrifiés. "Les frais d'exploitation du magasin R. H. Macy, de New-York, ont augmenté de 13·65 p. 100 qu'ils étaient en 1888 à plus de 30 p. 100 en 1930." [1]

FRAIS D'EXPLOITATION DES MAGASINS À SUCCURSALES ET DE TOUS LES MAGASINS DANS DES DOMAINES CHOISIS [2] 1935

Les ventes nettes sont égales à 100 p. 100

Domaine	*Magasins à succursales*	*Tous magasins**
Moyenne	24·9	22·9
Épicerie	16·7	12·8
Épicerie et boucherie	17·4	14·9
Marchandises générales	22·9	20·7
Grand magasin	23·1	29·2
Bazar	26·9	26·6
Vêtements et articles pour hommes	29·7	26·8
Chaussure	29·7	27·9
Accessoires d'automobiles	30·0	28·9
Poste d'essence	30·0	18·1
Pharmacie (avec bar pour glaces et rafraîchissements non alcooliques)	26·7	23·9

Sources: Recensement des affaires 1935; Retail Chains (1937), pages 33 à 37 et *Retail Operating Expenses* (1937) page 8.

FRAIS D'EXPLOITATION DES DIVERS GENRES DE MAGASINS DE DÉTAIL ET [3] COMPARAISON DES FRAIS D'EXPLOITATION ENTRE LES MAGASINS DE SPÉCIALITÉS À SUCCURSALES ET LES RAYONS CORRESPONDANTS DANS LES GRANDS MAGASINS AU

chiffre d'affaires de plus d'un million

Année 1933

Base: Ventes nettes égales à 100%

Ventes à domicile	45·3		
Grands magasins indépendants	35·4		
Tous les magasins indépendants	33·6		
Maisons de vente par correspondance	28·1		
Magasins à succursales	27·1		
Grands magasins à succursales	27·4	Grands magasins indépendants	36·9
Magasins de vêtements et articles pour hommes et garçons à succursales	35·4	Rayons des vêtements et articles pour hommes et garçons	36·1
Magasins de confection pour dames à succursales	30·7	Rayons des confections pour dames	36·3
Magasins de chaussures à succursales	31·8	Rayons des chaussures	37·2
Magasins de meubles à succursales	41·9	Rayons des meubles	43·1

* Il n'est pas tenu compte du traitement du propriétaire des entreprises non constituées en corporations.

[1] *Phillips, Charles F. and Duncan, Delbert J.*—Marketing, Principles and Methods, page 14.

[2] *Ibid*—page 322.

[3] *Filene, Edward A.*—Next Steps Forward in Retailing, 1937, page 44.

VENTES ET FRAIS D'EXPLOITATION DES MAGASINS À SUCCURSALES AU REGARD DE TOUS LES AUTRES[1] MAGASINS, PAR GROUPES PARTICULIERS DE GENRES D'AFFAIRES, 1935

	Pourcentage des ventes totales nettes	*Frais d'exploitation; Pourcentage des ventes nettes*
Genre d'affaires		
Total aux États-Unis—		
Tous genres d'affaires	100·0	27·5
Magasins à succursales	22·8	25·0
Magasins indépendants et tous les autres	77·2	28·3
Indépendants	73·1	28·4
Tous les autres	4·1	26·2
Épiceries (sans viande)		
A succursales	2·5	15·6
Toutes les autres	4·1	22·8
Magasins combinés (épicerie et viande)		
A succursales	4·9	17·5
Tous les autres	7·6	19·0
Grands magasins		
A succursales	2·7	24·7
Vente par correspondance (catalogue seulement)	1·2	23·7
Tous les autres	6·1	32·2
Bazars		
A succursales	2·1	27·2
Tous les autres	0·2	26·5
Magasins de vêtements et articles pour hommes		
A succursales	0·4	31·0
Tous les autres	1·6	28·5
Magasins de confection pour dames		
A succursales	0·6	28·8
Tous les autres	1·8	28·9
Magasins à chaussures		
A succursales	0·8	29·6
Tous les autres	0·8	32·0
Postes d'essence		
A succursales	1·3	29·9
Tous les autres	4·6	25·4
Magasins de meubles		
A succursales	0·3	36·3
Tous les autres	1·8	34·6
Restaurants, cafeterias, salles de lunch		
A succursales	0·7	54·5
Tous les autres	4·3	49·2
Pharmacies		
A succursales	0·9	26·1
Toutes les autres	2·8	28·1
Bijouteries		
A succursales	0·1	49·1
Toutes les autres	0·6	41·2

[1] *Stewart, Paul W. et Dewhurst, Frederic*—op. cit., pages 138 et 139.

MARGE MINIMUM DE BÉNÉFICES AU DÉTAIL À L'ÉGARD DES PRODUITS PHARMACEUTIQUES EN CALIFORNIE [1] EN VERTU DE LA LOI CALIFORNIENNE SUR L'ÉQUITÉ COMMERCIALE DE JUILLET 1934

Catégories d'articles	*Nombre d'articles*	*Moyenne pour chaque catégorie*
Antiseptiques (y compris les produits anticonceptionnels)	62	29·07
Cosmétiques	335	28·46
Huiles de foie de morue	49	30·28
Médicaments contre la toux et les rhumes	24	34·79
Produits dentifrices	34	27·79
Produits désodorisants	14	25·29
Sels effervescents	13	24·91
Préparation pour le soin des yeux	6	28·66
Aliments, toniques, etc.	55	27·91
Remèdes pour maladies des pieds	51	30·44
Préparation pour les cheveux	40	25·29
Fournitures pour hôpitaux	37	36·05
Remèdes d'usage courant	13	33·31
Laxatifs	24	30·97
Liniments	13	26·52
Huiles minérales	10	30·29
Divers	42	30·73
Préparations pour les soins du nez	6	30·60
Pommades	30	29·06
Produits brevetés	43	31·74
Produits pharmaceutiques	24	28·37
Pilules, comprimés, capsules	42	31·19
Sels	4	41·45
Produits pour la barbe	58	22·64
Savons	18	31·94
Articles divers	113	41·85
Suppositoires	8	34·23
Tabacs	44	18·95

Sans tenir compte de la nature des trois sources de "frais d'exploitation" en cause, il est évident qu'une marge de bénéfice de 20 p. 100 ou plus sur les ventes ne couvrirait pas ceux-ci. Par conséquent, "les groupes de magasins à succursales et de grands magasins qui se sont contraints de relever leurs prix" en vertu du principe de l'équité commerciale se sont servis des produits pharmaceutiques à titre "d'articles sacrifiés". De plus, même les prix équitables ne permettraient qu'un profit net très modeste.

Les conséquences qu'on impute à la conclusion numéro 4 du rapport de la Commission fédérale du commerce ne ressortent pas de ces chiffres.

Critique de l'opinion nº 5

> Le maintien des prix de revente empêche deux formes possibles de pratiques monopolistiques qui tendent à établir des prix de détail déraisonnables notamment le recours au contrôle monopolistique dans le commerce de détail et la "vente à perte" ("loss-leader").

Néanmoins, tout en exprimant l'avis qu'il existe des moyens plus directs et plus souhaitables de restreindre la pratique de "l'article sacrifié", le comité ne donne aucune indication sur sa manière de voir à ce sujet.

[1] *E. T. Grether*—ouvrage cité, p. 480-481.

Le Comité semble chercher une raison d'introduire la méthode tout à fait impraticable du prix *maximum*.

Le Comité déclare à la page 22 que "les modifications qui supprimeraient l'influence de la concurrence au regard du prix fait au consommateur limitent le fonctionnement de celle-ci. Sans doute, les prix *maximums* "suppriment l'influence de la concurrence au regard du prix fait au consommateur . . ."

Le fabricant de produits portant des marques de fabriques ou des désignations commerciales, qui fixe déjà le prix de sa marchandise au grossiste en vertu du principe du prix maximum, aurait ainsi le droit de prescrire le prix maximum auquel le détaillant la revendrait et d'obliger celui-ci à le respecter. Cette méthode autoriserait le fabricant à fixer de façon absolue la marge concédée aux détaillants; non conforme au concept de l'économie libre, cette pratique conférerait aux producteurs des pouvoirs illimités. Nous ne ferions que remplacer la mévente par le marché noir.

Critique de l'opinion nº 6

> Le maintien des prix de revente favorise sans doute l'existence d'un plus grand nombre de magasins de détail, et tend à empêcher la concentration de la puissance économique dans ce secteur . . . Premièrement, les fortes marges de bénéfices qu'assure le maintien des prix de revente . . . En second lieu, les fortes marges de bénéfices ne font que faire passer la concurrence du domaine des prix à celui des services, ce qui entraîne souvent des formes ruineuses de concurrence dans les services et partant une majoration des frais. En outre, des marges élevées de bénéfices incitent fortement les gens à se lancer dans le commerce de détail, de sorte que les magasins deviennent trop nombreux, provoquant ainsi une réduction du volume individuel des ventes et des bénéfices. Ainsi le maintien des prix de revente peut davantage contribuer à décourager l'efficacité qu'à protéger les petites entreprises.

Le Comité n'a produit aucune pièce à l'appui de sa thèse selon laquelle la fixation du prix de revente ne s'oppose pas à la réalisation d'importantes marges de bénéfice. C'est ce qu'a fait suffisamment ressortir la critique de l'opinion nº 4.

En ce qui concerne l'accusation portée contre la fixation du prix de revente qui voit celle-ci augmenter inutilement le nombre de débouchés, il y aurait lieu d'étudier les données acquises en gardant à l'esprit la déclaration d'Oxenfeldt, soit que "l'effet le plus marqué du prix de détail imposé se trouve probablement dans le commerce des produits pharmaceutiques".[1] On a choisi les chiffres des États-Unis parce qu'il y existe des données pour la situation existant avant et après l'adoption des lois sur l'équité commerciale qui peuvent s'opposer les unes aux autres.

En 1925, il existait aux États-Unis 60,000 pharmacies (chiffre approximatif fondé sur les évaluations de la statistique partielle des États-Unis en 1930).

En 1931, on trouve 61,000 pharmacies (*Practical Druggist*, numéro du mois d'octobre 1937, page 37):

Année	Population des États-Unis	Nombre de pharmacies	Nombre moyen d'habitants desservis par chaque pharmacie
1880.....	50,000,000	28,000	1,800
1900.....	75,000,000	38,000	2,000
1932.....	120,000,000	61,000	1,967

[1] *Oxenfeldt, A. R.*—ouvrage cité, note au bas de la page 427.

(Extrait de l'*American Druggist*, numéro du mois de mars 1932, page 25.)

Année	Population	Nombre de pharmacies
1929.....		58,258
1935.....		56,697
1939.....	(130,000,000)	57,903

(Extrait de *Nolan, Herman C. and Maynard, Harold H.*—Drugstore Management 1941, page 5.)

D'après Paul C. Olson, (*Marketing Drug Products*, p. 104) on comptait en 1948 50,000 pharmacies aux États-Unis.

Le 1er janvier 1950, la *National Association of Boards of Pharmacy* en indique 49,060.

En 1950 également, la population des États-Unis dépassait légèrement 150 millions.

Ces chiffres révèlent que depuis l'adoption des lois concernant l'équité commerciale, il est intervenu une diminution d'environ 8,000 pharmacies, au lieu de l'augmentation indiquée par le Comité.

De plus, ces 49,060 pharmacies dont la plupart fonctionnent sous l'empire des lois concernant l'équité commerciale desservent en moyenne plus de 3,000 personnes chacune, contre un maximum de 2,250 pour n'importe quelle année précédente (1939). Cet état de choses indique sans doute un plus haut degré d'efficacité qu'auparavant sous le régime de la fixation du prix de revente.

A l'heure actuelle, la proportion des pharmacies qui accusent des pertes atteint presque 9 p. 100 du total, contre 4 p. 100 en 1942. Environ 10 p. 100 de ces entreprises signalent un profit net de moins de 2 p. 100 des ventes, alors que ce bénéfice atteignait 8 p. 100 en 1942. Le nombre des maisons réalisant un bénéfice net de 2 à 4 p. 100 représente environ 18 p. 100 du total alors qu'en 1942, ce chiffre était de 17 p. 100; celles dont le profit dépasse 5 p. 100 forment 63 p. 100 de l'ensemble des entreprises contre 71 p. 100 en 1942.[1]

En d'autres termes, le propriétaire d'une pharmacie a vu augmenter ses frais de loyer, de chauffage, d'électricité, de téléphone, de salaires et d'imposition. Tandis que l'indice du coût de la vie a monté en flèche, les prix des marchandises sous le régime de l'équité commerciale ont accusé peu de fluctuations [2] réduisant ainsi les bénéfices nets réalisés à l'égard de la vente au détail des produits pharmaceutiques.

Critique de l'opinion nº 7

> Le maintien des prix de revente aide sans aucun doute à protéger la réputation de marchandises portant une marque de commerce . . . Toutefois, le Comité n'est pas convaincu que la réputation de ces marchandises souffre beaucoup des variations normales de prix . . . les réductions normales de prix ne susciteront pas de graves difficultés au fabricant.

Les soutiens de la fixation du prix de revente n'ont jamais prétendu empêcher une réduction normale des prix. Cette méthode tente uniquement à éviter les diminutions de prix anormales, telles que les comporte la pratique de "l'article sacrifié", ainsi qu'une mévente nuisible. On ne saurait trouver de meilleur exemple que le procès actuellement intenté par la *Sunbeam Corporation* de Chicago contre *R. Macey and Company*, de New-York, pour un montant de $16 millions. Le plaignant taxe les défendants de conspiration dans le but de limiter et de monopoliser le commerce en utilisant leur vaste puissance économique afin de réduire et de fixer les prix des produits de la *Sunbeam* à un niveau où leurs concurrents ne trouvent plus aucun profit à en faire le commerce.[3]

[1] *Andrews, B. B.*—(Ancien conseiller économique du gouvernement des États-Unis) Rapport Merck, janvier 1950, page 12.

[2] Voir page 22.

[3] Voir *Globe and Mail*, Toronto, du 31 octobre, page 1.

CONCLUSION

Les pages qui précèdent révèlent que le rapport intérimaire du Comité d'étude de la législation sur les coalitions ne suffit pas à motiver une loi afin d'interdire la fixation du prix de revente en tant qu'instrument effectif afin d'abaisser le coût de la vie.

Horace J. Fuller

APPENDICE B

Rapport présenté

par

L'association des pharmaciens détaillants d'Ontario

au Comité parlementaire mixte

chargé de l'étude

du rapport intérimaire du Comité MacQuarrie

sur

la fixation des prix de revente

Au Comité parlementaire mixte institué en vue
d'étudier le rapport intérimaire du
Comité MacQuarrie sur la fixation des prix de revente.

L'association des pharmaciens détaillants de l'Ontario saisit avec plaisir l'occasion de présenter quelques observations au Comité et d'exprimer son opinion au sujet de "la fixation des prix de revente".

La province d'Ontario compte environ 1,800 pharmaciens, dont 1,418 ont versé leur cotisation annuelle à notre association. Les fins que poursuit celle-ci consistent à favoriser l'avancement des aspects scientifiques et professionnels de la pharmacie ainsi que les droits et intérêts mutuels des détaillants de l'Ontario, tout en établissant certains principes et méthodes de vente.

Nous n'avons pas demandé à chacun de nos membres d'exprimer une opinion sur ce point, mais, à notre avis, à la suite des téomignages préalablement exprimés nous pouvons affirmer que tous les pharmaciens de l'Ontario estiment que la stabilisation des prix au détail donne aux petits commerçants une chance de survivre, sans que le consommateur subisse de préjudice. Nos membres se recrutent parmi les pharmaciens de quartier, qui sont, à notre avis, extrêmement utiles au public, étant donné la commodité d'achat qu'ils leur offrent ainsi que les services réels qu'ils rendent aux consommateurs. Ces commerçants doivent naturellement réaliser une marge de bénéfice convenable sur les ventes, afin de pouvoir supporter leurs frais généraux et payer les services qu'ils offrent.

Si la loi interdit aux fabricants d'établir un prix de revente pour ses produits et que le gros marchand recourt à la mévente, le petit commerçant indépendant sera acculé à la ruine. Celui-ci ne pourra concurrencer les grandes entreprises dans une guerre de prix, étant donné que ses ressources s'épuiseront trop vite. S'il n'abaisse pas ses prix au niveau de ceux du tenant de la mévente, sa clientèle l'abandonnera; si, par contre, il coupe ses prix, il devra soit sacrifier le bénéfice honnête dont il a besoin pour la bonne marche de son entreprise, soit diminuer ses salaires ou recourir à la méthode tenant de la mévente, qui consiste à augmenter le prix d'autres articles, dont il possède cependant une moins grande variété. Au cas où il cesserait de vendre des marchandises à prix réduit, sa clientèle l'abandonnera pour s'approvisionner ailleurs. Quoiqu'il arrive, il y perdra et notre économie en souffrira.

En général, les hommes d'affaires savent d'expérience que personne ne saurait constamment essuyer des pertes et continuer de faire ses frais et encore moins de réaliser des bénéfices; cependant, c'est ce que le marchand qui coupe les prix prétend pouvoir accomplir.

En qualité de détaillants et de consommateurs, nous sommes d'avis que la réduction des prix constitue une arme puissante aux mains des monopoles, un moyen d'écraser leurs petits concurrents, en portant préjudice tant à l'achalandage qu'aux affaires des producteurs et des distributeurs de marchandises à marque de commerce en nuisant d'une façon générale au public. Cette pratique trompe le consommateur quand on l'emploie afin d'attirer la clientèle d'un rival, en donnant l'impression erronée qu'en vendant meilleur marché que ses concurrents, un article portant une marque commerciale normalement vendu à un prix imposé, on écoulera toute sa marchandise à un prix également bas. Cela porte les gens, par mesure de représailles, à couper les prix au-dessous du prix de revient, de sorte que personne ne peut réaliser un bénéfice raisonnable sur la vente du produit en cause; l'article portant une marque de fabrique en souffre surtout lorsque le niveau du prix devient tellement bas qu'aucun commerçant ne s'intéresse plus à sa vente. Cet état de choses peut supprimer une fois pour toutes certains des débouchés du fabricant; sa publicité devient inutile parce qu'une distribution insuffisante lui enlève toute efficacité; et, c'est en somme parce que la valeur de ses produits, répondant à leur prix normal, a suscité au début une vive demande, que le fabricant doit faire face à tous ces ennuis.

La réduction des prix fait du tort au consommateur. L'usage de "l'article sacrifié" engendre une fausse psychologie de l'aubaine chez les consommateurs qu'on persuade en dernier lieu d'acheter des marchandises non connues dont le détaillant doit augmenter plus fortement le prix afin de compenser la perte subie sur les articles vendus au prix coûtant ou moins cher encore. A notre avis, les détaillants étudient constamment les moyens d'écouler la marchandise d'une manière aussi efficace qu'économique en vue de garder une clientèle suffisante pour maintenir leurs affaires; il y a donc lieu de reconnaître au fabricant le droit de stipuler les conditions auxquelles se distribueront ses produits, sous réserve, toutefois, de le contraindre à ne plus poursuivre cette ligne de conduite si les autorités compétentes la jugent contraire à l'intérêt public.

En ces dernières années, un certain nombre de lois qui avaient l'appui moral du public ont permis de fixer les prix. Citons, à titre d'exemple, la loi sur les heures de travail et les salaires minima, celles concernant les prix du lait et du beurre, les prix de transport des marchandises et des voyageurs, la Commission des prix et du commerce en temps de guerre et la Commission du blé. Une ligne de conduite jugée apte à stabiliser les affaires sur le plan gouvernemental devrait, à notre avis, s'étendre au fabricant qui désire, afin d'assurer le débit régulier de sa marchandise par les distributeurs, empêcher que sa marchandise ne se vende constamment au-dessous des frais généraux qu'encourt un détaillant compétent.

Nous estimons qu'il n'y a pas lieu d'établir une distinction entre le producteur indépendant qui établit le prix de revente au consommateur d'un de ses produits et la coalition ou le monopole qui domine un marché et qui fixe le prix d'autres produits que les siens.

Le producteur indépendant établit à son propre péril un prix qui, fixé trop haut, empêchera le consommateur d'acheter ou, si l'article est en vogue et le bénéfice considérable, stimulera d'autant plus la concurrence qui réglementera ainsi le prix imposé.

Le consommateur paye le prix demandé lorsqu'il estime que l'article en question vaut ce montant, comparativement au coût des produits rivaux.

Lorsque le producteur d'un article portant une marque de commerce se voit interdire la fixation d'un prix, il s'ensuit une concurrence tellement ruineuse qu'aucun détaillant ne souhaite plus vendre cet article contraignant ainsi le fabricant à le vendre directement au consommateur ou à établir ses propres agences, au détriment du petit détaillant; or, la disparition du petit commerçant entraînerait une grave perte économique.

A notre avis, le prix de revente imposé par le fabricant constitue un code moral des affaires qui vaut au consommateur les avantages suivants:

—Il maintient les prix à un niveau raisonnable;

—Il protège le public contre une fraude délibérée;

—Il sauvegarde le détaillant compétent et, partant, notre régime de distribution massive;

—Il met à la disposition des consommateurs des articles de qualité portant des marques de commerce aux prix peu élevés que permet la production en série;

—Il préserve la faculté que possède le consommateur d'agir en qualité d'arbitre définitif en matière de prix;

—Il constitue une sauvegarde des plus efficaces contre la monopolisation, en assurant le maintien d'un plus grand nombre de débouchés.

A notre avis, il nous est possible de conclure de tous les témoignages recueillis, que le principe dont s'inspire la fixation des prix de revente ne joue pas au détriment du public; nous ne sommes donc pas en faveur d'une mesure législative qui dépouillerait le fabricant du droit de prescrire et d'imposer des prix de revente pour les marchandises qui portent sa marque de commerce ou de fabrique.

En résumé: Le gouvernement intervient généralement dans le domaine du commerce afin: *premièrement*, d'assurer la liberté d'action des particuliers: *deuxièmement*, afin de protéger le public au moyen de règlements. Les pharmaciens estiment généralement que les particuliers devraient jouir de la plus grande latitude possible et que la réglementation ne devrait jouer que là où l'intérêt public est nettement lésé. A leur avis, il y aurait lieu d'éviter aussi longtemps que possible les programmes "d'équité commerciale" qui servent aux États-Unis à combattre la monopolisation dangereuse; il vaudrait mieux maintenir une distribution saine grâce au jeu du libre effort. Les pharmaciens croient de plus qu'une réglementation dans le genre de "l'équité commerciale" (*fair trade*) est peut-être inutile au Canada, pour aussi longtemps qu'il n'intervient rien de nature à empêcher le fabricant indépendant de stabiliser les conditions et les prix qui régiront la vente en gros et en détail des produits portant sa marque, et qui entraverait son droit de choisir ses clients à son gré et d'employer cette liberté de sélection afin de réglementer le débit des articles portant sa propre marque.

Enfin, les pharmaciens ne jugent pas qu'une "loi concernant les coalitions" soit de nature à porter préjudice à la liberté de chaque fabricant dans ce domaine.

Si cette liberté est assurée de la sorte, les désordres qu'engendrent les prix excessifs et la concurrence en matière de réclame dans le commerce de détail, source d'augmentation de la moyenne des frais de distribution qui semble nuire plutôt que favoriser l'intérêt des consommateurs dans leur ensemble, auront moins de chance de se multiplier, tandis que la nécessité d'une réglementation similaire au *"Fair Trade"* et de ses pratiques coûteuses ne se fera probablement pas sentir.

Respectueusement soumis.

Le secrétaire-trésorier et directeur administratif
de l'Association des pharmaciens détaillants
de l'Ontario,

HAROLD SMITH.

Présenté le 21 novembre 1951.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature
1951
(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SENAT
ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

pour l'étude de

LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES
Fascicule no. 5

SÉANCE DU VENDREDI 23 NOVEMBRE

TÉMOINS:

M. R. A. Harris, administrateur gérant de la C. H. Smith Company, Windsor, (Ontario); M. Arnold Rands, expert en aliments, division nationale des aliments, Association des marchands détaillants; M. Milton Shaeffer, vice-président de la Retail Men's Wear Association of Canada; M. Lloyd McKee, de la maison Electrical Housekeeping, Toronto, (Ontario); M. R. S. Tinsley, directeur général adjoint de la Fédération canadienne des marchands détaillants, Toronto, (Ontario), tous représentants de la Fédération canadienne des marchands détaillants.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G. O.A. D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE POUR LE GOUVERNEMENT DU CANADA
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1952

PROCÈS-VERBAL

LE VENDREDI, 23 NOVEMBRE, 1951

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin. L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Aseltine, Hawkins et Lambert.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Dickey, Fulton, Garson, Harkness, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Shaw, Stuart (*Charlotte*) et Thatcher.

Également présents : M. R. A. Harris, administrateur gérant de la C. H. Smith Company, Windsor, (Ontario) ; M. Arnold Rands, expert en aliments, division nationale des aliments, Association des marchands détaillants ; M. Milton Shaeffer, vice-président, Retail Men's Wear Association of Canada ; M. Lloyd McKee, division des appareils électro-ménagers ; M. R. S. Tinsley, directeur général adjoint, Fédération canadienne des marchands détaillants, Toronto (Ontario), tous représentants de la Fédération canadienne des marchands détaillants.

Le président présente le deuxième rapport du sous-comité du programme et de la procédure ainsi qu'il suit :

Le sous-comité du programme et de la procédure s'étant réuni le 22 novembre, s'est entendu pour proposer :

1. Qu'il n'y ait pas de séance du Comité le mercredi 28 novembre.

2. Que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers Association soient entendus le lundi 26 novembre ; ceux du Congrès canadien des métiers et du travail, le mardi 27 novembre ; ceux de la Canadian Pharmaceutical Association le jeudi 29 novembre, et ceux de Toilet Goods Manufacturers' Association, le vendredi 30 novembre.

Ledit rapport est adopté.

M. Harris est appelé ; il dépose un mémoire au nom de la Fédération canadienne des marchands détaillants, qui constitue l'*Appendice A* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour ; il est entendu, puis interrogé.

MM. Rands, Shaeffer, McKee et Tinsley sont appelés et interrogés.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne jusqu'à 3 heures et demie de l'après-midi le même jour.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le comité mixte se réunit à 3 heures et demie de l'après-midi.

L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : L'honorable M. Lambert, sénateur.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Dickey, Fulton, Garson, Harkness, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Shaw, Stuart (*Charlotte*) et Thatcher.

Également présents : Même liste qu'à la séance du matin.

On poursuit l'interrogatoire des témoins.

Les témoins se retirent.

A 5 heures et 20 minutes de l'après-midi, le Comité s'ajourne jusqu'au lundi 26 novembre, à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

LE 23 NOVEMBRE, 1951
10 h. 30 du matin.

LE PRÉSIDENT : Messieurs, nous sommes en nombre. Si vous voulez bien, nous allons ouvrir la séance.

Le sous-comité du programme et de la procédure s'étant réuni après la séance d'hier, notre première proposition, c'est qu'il n'y ait pas de réunion le mercredi 28 novembre, afin d'assurer un moment de répit au cours de la semaine. La deuxième proposition du sous-comité du programme et de la procédure, c'est que les représentants de l'Electrical Manufacturers' Association soient convoqués le lundi 26 novembre ; que le mardi 27 novembre nous entendions les témoignages du Congrès canadien des métiers et du travail ; que le jeudi 29 novembre nous invitions la Canadian Pharmaceutical Association à venir compléter leur exposé ; et que le vendredi 30 novembre nous convoquions la Toilet Goods Manufacturers' Association.

A la réunion du sous-comité du programme, nous avons pas mal discuté la question de savoir s'il nous sera possible de terminer notre besogne durant la présente session. Je crois que la longueur du mémoire soumis par les pharmaciens a découragé la plupart des membres du sous-comité. Autant que je sache, c'est de beaucoup le plus volumineux qu'on soumettra. Il décrit le domaine où règne à son plus haut degré, soixante pour cent, comme le mentionnait ici hier le témoin, la fixation des prix.

Mais la question qui me préoccupait, que j'ai discutée avec le sous-comité, et que j'ai étudiée depuis lors, c'est de savoir au juste quelle importance et quelle orientation prend la présente enquête. Aux yeux de certains membres, il s'agit actuellement d'une enquête complète sur tous les aspects de la fixation des prix de revente ; autrement dit, nous refaisons le travail du comité MacQuarrie. J'ai donc remonté, dans le hansard, au débat relatif à la création de notre comité et j'ai remarqué que la raison pour laquelle ce comité parlementaire a été institué, c'est qu'après que le Gouvernement eût annoncé son intention, dans le discours du trône, de donner force de loi aux vœux du comité MacQuarrie, il a reçu des demandes particulières de plusieurs marchands, fabricants et agents exécutifs d'associations commerciales en vue d'obtenir l'occasion d'exposer leurs vues ; par l'institution de notre Comité on tente de leur fournir l'occasion, dans un comité libre, d'exposer leurs vues sur la question de savoir si, oui ou non, la fixation des prix de revente servait l'intérêt public. J'engage le Comité à se reporter aux observations du ministre de la Justie (l'hon. M. Garson), à la page 698 du hansard du 2 novembre, sur l'institution de notre comité, ainsi qu'à la page 823 ; les observations du premier ministre, à la page 706, ont le même objet. Telle a été l'origine de cette enquête et il me semble que notre premier devoir est de convoquer ici ces groupements qui ont demandé l'occasion d'exposer leurs vues en public. Je dois avouer qu'à mon sens, s'il nous faut entendre tous les groupements qui veulent témoigner et qui ont présenté des mémoires ou qui y ont été invités ou qui ont manifesté le désir de témoigner, nous serons ici jusqu'à l'été prochain. En raison de cette étude et après avoir consulté les membres

du Comité, je crois moi-même que le premier devoir du Comité, puisque le Gouvernement a exprimé l'intention de présenter une loi, c'est d'en offrir l'occasion à ces associations particulières qui désirent venir nous montrer ou nous convaincre que la fixation des prix de revente ne sert pas simplement leurs intérêts, mais ceux du public ; on doit les entendre et, à la lumière de leurs témoignages, nous pourrons proposer au Gouvernement des modifications à la loi.

Et maintenant, je déclare la séance ouverte. Je crois qu'il est pour nous très important de déterminer si oui ou non il nous sera possible de terminer notre tâche pendant la présente session afin de présenter un rapport à la Chambre des communes. Si, d'autre part, les membres du Comité estiment que nous allons mener une enquête complète et sans restriction, comme celle qu'a effectuée le comité MacQuarrie, au sujet de la fixation des prix de revente, je ne sais plus, dans ce cas, quand nous en verrons la fin.

M. THATCHER : Monsieur le président, s'il nous faut prendre connaissance des mémoires qui ont déjà été soumis, — sauf erreur, il y en a plusieurs, — je crois vraiment qu'il nous sera impossible de terminer nos délibérations en trois semaines. Il s'agit d'une question dont on attend la solution, je crois, depuis des années. Il n'y a certainement rien à gagner en précipitant l'adoption d'une loi dans les trois semaines qui restent avant qu'on en fasse une étude convenable. Je comprends facilement que le Gouvernement craigne d'être accusé de vouloir temporiser, mais je ne vois pas comment nous pourrions terminer cette besogne avant Noël si nous voulons la mener à bien. Nous pourrions poursuivre l'examen des nombreux mémoires d'ici Noël, puis, dès que la Chambre se réunira de nouveau l'an prochain, commencer à convoquer l'une après l'autre les sociétés de chacune des principales industries. Par exemple, je propose que nous invitions la General Motors, afin de représenter l'industrie de l'automobile ; dans l'industrie du tabac, nous pourrions inviter l'Imperial Tobacco ; chez les détaillants importants, nous pourrions probablement inviter la T. Eaton Company ; et peut-être la Frosst Company en ce qui concerne les produits pharmaceutiques, — des sociétés de ce genre qui appliquent la fixation des prix de revente, — afin de leur demander de motiver leurs revendications. Si nous voulons étudier convenablement ce problème d'une façon pratique, il nous faut sûrement nous réunir de nouveau lors de la prochaine session. Je parle, cependant, à titre personnel ; — je n'ai pas consulté M. MacInnis, — mais, pour ma part, je ne vois vraiment pas comment, dans trois semaines, nous pourrions réussir à vider la question. C'est pourquoi je soutiens que nous devons en prolonger l'étude pendant la prochaine session. Mais ce n'est pas moi qui accuserai le Gouvernement de temporiser si nous n'avons pas terminé dans trois semaines.

LE PRÉSIDENT : Vous croyez donc qu'on devrait mener une enquête sur tous les aspects de la fixation des prix de revente, en dépit de ce que notre Comité ait été institué en vue de fournir aux fabricants et aux détaillants qui désirent protester contre les vœux du comité MacQuarrie l'occasion de venir exposer leurs vues à un comité parlementaire.

M. THATCHER : Je crois vraiment qu'on doit fournir au Comité l'occasion d'accomplir sa tâche convenablement. Ses membres ne peuvent en trois semaines tirer une conclusion à l'égard de cette question.

M. SHAW : Monsieur le président, à mon avis nous discutons actuellement une question que nous aurions dû débattre il y a dix jours ou deux semaines, mais il n'est peut-être pas encore trop tard pour prendre une décision sur cet aspect de la chose, pourvu que nous ne soyons pas déjà placés dans la situation où il nous faudrait nous montrer injustes envers certains.

Depuis le début, j'ai l'impression que nous n'examinerons pas tout le domaine étudié par le comité MacQuarrie. De fait, je crois que ce serait ridicule, mais il semble que jusqu'ici c'est exactement ce que nous avons entrepris. Prenons maintenant une décision s'il n'est pas trop tard.

M. BEAUDRY : Question de privilège, monsieur le président. Hier vous avez décrété, et vous l'avez d'ailleurs fait d'une façon très courtoise, que je termine mon interrogatoire d'un témoin après une douzaine de minutes. Je crois que tous les membres du Comité pensent, comme moi, qu'il ne m'a pas resté de temps pour faire valoir certains faits qui, à mon sens, étaient saillants ; je crois franchement que si nous devons précipiter nos délibérations au point où certains membres du Comité, après une réunion ou après toute la série de nos réunions, n'auront pas la conviction d'avoir examiné tous les aspects de la vérité, je crois que le Comité, du moins de mon propre point de vue, n'aura pas effectué un travail concluant ni tout à fait satisfaisant aux yeux de chaque membre.

LE PRÉSIDENT : Je ne comprends pas actuellement très bien cette question de privilège. Vous formulez simplement les mêmes observations que quiconque. Je ne saisis pas votre question de privilège.

M. BEAUDRY : Eh bien, ma question de privilège, c'est qu'hier au cours des questions que je posais, le président m'a prié de m'arrêter parce que d'autres membres en avaient aussi à poser.

LE PRÉSIDENT : Oui, c'est ce que j'ai fait.

M. BEAUDRY : Je reconnais que vous l'avez fait très justement et très poliment. Mais je fais observer que je n'avais pas fini mon interrogatoire de ce témoin en particulier et que si nous sommes contraints de précipiter notre examen des témoins parce qu'il nous faut terminer à une date déterminée, je crois, comme d'autres membres du Comité, que nous ne pourrons pas poser aux témoins les questions que nous voulons leur poser.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : N'est-ce pas la raison pour laquelle nous avons prévu le rappel des témoins la semaine prochaine ?

M. BEAUDRY : Je le reconnais, mais je ne crois pas que nous puissions terminer au moment convenu sans priver les membres du Comité du privilège d'interroger à fond les témoins.

LE PRÉSIDENT : L'observation de M. Beaudry n'est pas, à mon sens, une question de privilège. La décision que je demande aux membres de rendre, c'est de savoir si notre enquête doit être complète et sans restriction. S'il doit en être ainsi, le nombre des questions sera énorme, mais si nous ne nous en tenons qu'à la question de la fixation des prix de revente et aux raisons qui la motivent les points soulignés par chaque témoin qui se présentera seront presque les mêmes, et les mémoires que nous avons reçus des autres groupements opposés à cette pratique contiennent également des arguments à peu près identiques. Je suis porté à croire que, la semaine prochaine, nous aurons vidé la question pour ou contre la fixation des prix de revente.

M. FULTON : Eh bien, n'est-ce pas là ce qui rend impérieux non pas d'étendre les attributions du Comité mais d'approfondir l'étude détaillée de l'objet de son enquête. Je ne prétends pas, — et je ne voudrais certainement pas le prétendre après ce que vous avez dit, — qu'à votre sens le Comité a été institué en vue de fournir l'occasion d'entendre ceux qui s'opposent à la fixation des prix de revente ou qui l'appuient, car il est inutile de recourir aux membres du Parlement à cette fin ; et je ne prétends pas non plus qu'on ait eu simplement l'intention de nous faire approuver la proposition tendant à présenter une loi. Autrement dit, siéger ici durant trois semaines pour

permettre au Gouvernement de dire : "Eh bien, ce n'est pas nous qui avons décidé ; nous avons eu l'approbation d'une commission parlementaire." Je ne saurais croire que l'un ou l'autre de ces motifs a inspiré la création du Comité. Le Comité n'a certainement pas été institué en vue de critiquer directement le rapport MacQuarrie, mais pour nous convaincre nous-mêmes si oui ou non nous tombons d'accord sur le rapport MacQuarrie et sur les voeux qu'il renferme ; or le rapport MacQuarrie préconise l'adoption d'une loi déclarant illégale la fixation des prix de revente. Voilà une question très importante ; à mon sens, la seule façon de nous convaincre si cette recommandation est justifiée et mérite d'être appliquée, c'est d'abord d'entendre les opinions favorables ou contraires à cette proposition, comme vous l'avez dit ; or, comme vous l'avez mentionné, ces opinions se ressemblent étrangement. Mais le simple fait pour nous d'entendre des opinions comme celles des organismes commerciaux et des syndicats ouvriers qui s'opposent aux voeux du comité MacQuarrie ou qui les appuient ne nous aide pas, je crois, à nous former une opinion. A mon sens, on ne saurait y parvenir qu'en convoquant des représentants de l'industrie de l'automobile, de l'industrie du tabac, de diverses industries particulières, afin d'obtenir un exposé précis des faits et des chiffres relatifs à l'expérience et à la ligne de conduite de ces industries quant aux effets que produirait à leur égard la suppression de la fixation des prix de revente, aux répercussions sur les prix, aux résultats immédiats et durables qu'elle produirait chez le consommateur. A mon point de vue, je crois que seule cette façon de procéder serait de nature à me permettre de dire si j'approuve ou rejette les voeux du comité MacQuarrie. Il me semble que c'est là la ligne de conduite que l'on nous a priés de suivre lorsque le Comité a été institué en vue d'examiner le rapport MacQuarrie. Je ne vois donc aucune possibilité de terminer ce genre d'enquête avant Noël et, de concert avec M. Thatcher, même s'il peut sembler à quelques-uns que nous temporisons en retardant la présentation de notre rapport, j'estime que nous ne méritons pas cette critique, car je ne crois pas que nous devions agir avec précipitation à cet égard. Si l'on ne nous avait pas déféré le rapport MacQuarrie, il en serait autrement, mais nous nous sommes maintenant engagés dans une longue étude, car, cette enquête une fois entreprise, nous ne nous rendrions pas justice à nous-mêmes, et l'économie du pays pourrait en souffrir grandement, si nous nous abstenions d'étudier la question en détail et de formuler une sage proposition.

M. MACINNIS : Comme l'a signalé M. Thatcher, et je n'ai pas même discuté la question avec mes collègues du Comité il me semble que les fonctions du Comité sont mentionnées, comme l'a dit le président, à la page 698 du hansard du 2 novembre. Je cite le passage :

> "La commission mixte sera donc chargée d'étudier le rapport intérimaire du comité MacQuarrie ainsi que les modifications appropriées à apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions, en se fondant sur les conclusions du rapport."

En étudiant ce rapport nous étions censés entendre, s'ils désiraient nous exposer leur point de vue, ceux qui ont témoigné devant le comité MacQuarrie. L'objet de notre comité était de donner à ces exposés la publicité qu'ils n'ont pas eue au comité MacQuarrie. A mon avis, nous ne sommes pas ici pour discuter tous les aspects et tous les points que comporte la fixation des prix de revente. Nous sommes chargés d'étudier le principe dont s'inspire la fixation des prix de revente, et c'est le même principe qui s'applique aux pharmacies, à l'industrie du vêtement ou à toute autre industrie ; si nous en étudions les répercussions à l'égard d'une industrie, nous connaîtrons les effets qu'elle exercera dans toutes les autres industries, et

nous devrions pouvoir le faire avant Noël. Telle a été mon attitude quand j'ai commenté la question à la Chambre, et je ne vois aucune raison de changer d'avis ; non seulement notre comité, mais le Gouvernement, et le Parlement, à la suite de toutes les enquêtes qui ont eu lieu depuis 1926, possèdent assez de témoignages pour nous permettre de prendre une décision sur la question. Je crois qu'il ne serait vraiment pas opportun d'entendre ces exposés jusqu'à l'ajournement de la Chambre à l'occasion des vacances de Noël.

M. BEAUDRY : Nous avons été choisis pour enquêter sur le rapport intérimaire du comité MacQuarrie. Si nous hâtons notre travail ou si nous essayons de terminer notre enquête à une date déterminée, nous pourrions nous prononcer sur un principe avant peut-être que l'organisme nommé pour l'étudier ait terminé son rapport définitif.

L'HON. M. GARSON : Dans les circonstances, monsieur le président, c'est entièrement contraire aux faits, car . . .

M. BEAUDRY : Je ne savais pas.

L'HON. M. GARSON : Si mon honorable ami ne le sait pas, il l'aurait appris en écoutant ce qu'on a dit à la Chambre, car on y a catégoriquement mentionné, non pas une seule fois mais à diverses reprises, que si c'était là un rapport intérimaire en ce sens qu'il avait été soumis avant le rapport définitif, c'était quand même le rapport final du comité MacQuarrie en ce qui concerne la fixation des prix de revente. Mon honorable ami n'a donc pas à s'inquiéter à cet égard.

M. BEAUDRY : Je n'étais pas à la Chambre à ce moment-là, mais je suis heureux d'entendre cette explication.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Carroll ?

M. CARROLL : Puis-je demander à qui on a envoyé des avis ? A quels organismes le secrétaire ou celui qui envoie ces avis en a-t-il adressés ?

LE PRÉSIDENT : Comme M. Garson l'a signalé, on a invité d'abord à exposer leur point de vue les marchands et les fabricants qui ont écrit ou qui ont réclamé, par la voie des journaux, la tenue d'auditions publiques, afin de leur fournir l'occasion d'exposer publiquement leurs points de vue. C'est pourquoi, dès l'institution du Comité, nous avons écrit à chacun de ceux dont les noms nous avaient été fournis par M. Garson, ainsi qu'à ceux qui s'étaient publiquement prononcés contre les voeux que renferme le rapport du comité MacQuarrie. Plusieurs de ceux qui ont témoigné devant le comité MacQuarrie ont communiqué leurs mémoires aux journaux ; et ces groupements ont été avisés que s'ils voulaient exposer leurs points de vue, leurs mémoires seraient distribués aux membres du Comité.

Les mémoires ont été répartis en trois catégories : ceux qu'on a simplement classés et ceux qu'on a imprimés en appendice à nos procès-verbaux, afin que les gens qui ne sont pas ici et qui n'en avaient pas reçu d'exemplaire par la poste, c'est-à-dire ceux qui, au pays, lisent nos délibérations, puissent prendre connaissance des points de vue exprimés ; et enfin les mémoires sur lesquels le Comité désirait de plus amples renseignements.

Un mémoire est un exposé de principes en ce qui concerne le groupement qui le soumet ; mais ceux qui en ont présenté, ont été informés qu'ils pouvaient s'attendre que le Comité les convoque, et qu'ils devaient être prêts à répondre à sa convocation au cas où le Comité déciderait, après avoir lu les mémoires, obtenir de plus amples renseignements sur certains points.

M. CARROLL : Ont-ils d'une façon ou d'une autre communiqué avec le Comité ?

LE PRÉSIDENT : Oui. Quelques-uns ont présenté des mémoires. D'autres ont signifié qu'ils n'entendaient pas en présenter et d'autres nous ont fait part que les opinions qu'ils avaient exposées devant le comité MacQuarrie demeuraient les mêmes. Les gens qui prétendent qu'on devrait interdire, au moyen d'une loi, la fixation des prix de revente, ont manifesté quelque désir de voir le Gouvernement agir à la suite du rapport du comité MacQuarrie. Ceux qui, dans le commerce, s'opposent à la fixation des prix de revente se sont montrés le plus vivement intéressés pour le moment, puisqu'ils ont demandé l'occasion d'exposer leur point de vue. Ce sont donc ceux qui ont manifesté le plus d'intérêt à cet égard.

M. CARROLL : Y a-t-il eu d'autres associations de détaillants ou de grossistes qui ont demandé à soumettre des mémoires, en dehors de ceux que vous avez avisés ?

LE PRÉSIDENT : Nous avons reçu d'autres mémoires à la suite de la publicité qu'ont faite les journaux. Qu'on me permette de dire que nous souhaitons vivement recevoir des mémoires, que nous ferons lire aux membres du Comité.

M. CARROLL : Je serais le dernier à restreindre les renseignements que devrait obtenir le Comité ; et si, en procédant d'une façon plus ou moins rapide, nous nous exposons à ne pas obtenir l'exposé complet de toute la question, je propose que nous attendions jusqu'à ce que nous ayons l'exposé complet. Mais si, au cours de nos travaux, nous nous rendons compte que nous avons tout ce dont on nous a demandé de prendre connaissance, je dirai alors qu'après avoir agi de la sorte nous aurons accompli notre tâche. Si nous sommes en mesure de terminer la besogne dans le temps prévu, tant mieux ; mais si c'est impossible, alors, c'est une tout autre question.

LE PRÉSIDENT : Monsieur le sénateur Lambert ?

L'HON. M. LAMBERT : Ai-je raison, monsieur le président, de présumer que l'enquête du comité MacQuarrie est une conséquence directe de l'enquête sur les prix qu'a menée la commission Curtis, ou, en d'autres termes, qu'elle y fait suite ?

LE PRÉSIDENT : Le ministre de la Justice pourrait répondre à cette question.

L'HON. M. GARSON : Je crois qu'il vaudrait mieux résumer la situation. A mon sens, elle y fait simplement suite en ce sens que le rapport antérieur découlant de l'enquête Curtis étant à notre disposition, notre opinion sur la question pouvait naturellement en être influencée. Hormis cette réserve, elle n'y fait certainement pas suite car, en l'instituant, on a chargé le comité MacQuarrie d'étudier toute la portée de la loi des enquêtes sur les coalitions dont cette question de la fixation des prix de revente ne représente qu'un aspct.

On a créé le comité au mois de juin 1950 ; on espérait que son rapport embrassant tous les aspects de la question serait prêt afin que nous puissions étudier les mesures relatives à la loi des enquêtes sur les coalitions prise dans son ensemble.

L'HON. M. LAMBERT : Vous parlez actuellement du comité MacQuarrie ?

L'HON. M. GARSON : Oui, je parle actuellement du comité MacQuarrie. Il a examiné ces questions à fond à partir du mois de juin 1950. Comme l'a mentionné M. Beaudry, il n'a pas encore terminé tout son travail, mais il a presque complété, cet automne, son étude de la fixation des prix de revente ;

nous lui avons demandé de nous faire tenir un rapport intérimaire avant de soumettre son rapport principal. Le rapport intérimaire rendait compte de son étude complète de la fixation des prix de revente.

Bien qu'il puisse exister des divergences d'opinions sur la compétence du comité MacQuarrie, nous n'avons jamais pensé, depuis qu'il est constitué, qu'il n'était pas parfaitement compétent et qu'il n'avait pas accompli un travail complet. Il a mis beaucoup de temps à l'exécuter, car il a approfondi la question. Il a reçu de longs mémoires et a tenu de longues séances. Il n'a nullement restreint les discussions et il a accompli une tâche qui mènerait le comité mixte au moins jusqu'à l'été prochain, s'il lui fallait l'entreprendre. Nous n'avons donc pu étudier de mesure législative à la session principale du Parlement.

On nous a communiqué ce rapport, ainsi que les observations des divers fonctionnaires du service des enquêtes sur les coalitions, qui connaissent la question peut-être plus en détail et d'une façon plus pratique que tout autre groupement, car la mise à exécution de la loi des enquêtes sur les coalitions est leur gagne-pain. Ayant l'avantage de connaître leur point de vue en la matière, nous avons d'emblée accepté le rapport. Comme viennent de l'indiquer certains des préopinants, nous nous sommes engagés dans le discours du trône et au cours du débat qui a eu lieu à la Chambre à accepter le rapport et à présenter une mesure qui s'en inspirerait.

Puis des organismes qui avaient témoigné devant le comité MacQuarrie nous ont déclaré croire en toute sincérité que nous faisions fausse route en acceptant le rapport, qu'ils prétendaient erroné. Ils soutiennent que la fixation des prix de revente se pratique dans les affaires depuis bon nombre d'années et ils désiraient nous exposer leur point de vue avant que nous intervenions dans le sens préconisé dans le rapport, en dépit de ce que le rapport se fondait en partie sur leurs propres exposés. Ils étaient franchement persuadés, ajoutaient-ils que le comité MacQuarrie était dans l'erreur et nous demandaient de leur fournir l'occasion de nous en convaincre, car, prétendaient-ils, nous avions tort d'y donner suite.

Voici ce que le premier ministre et moi-même leur avons dit, non seulement à eux mais aussi à la Chambre des communes, dans les déclarations dont le président a fait mention tantôt :

Très bien, puisque cette pratique existe depuis tant d'années et qu'il s'agit d'une question importante, nous n'avons pas d'objection à entendre vos exposés ; mais les arguments qu'on invoquera à l'appui et à l'encontre de la mesure vaudrait beaucoup mieux, croyons-nous, en saisir un comité parlementaire que les membres du cabinet. La Chambre des communes a adopté la résolution tendant à déférer cette question au Comité afin de permettre à ce dernier d'entendre les opinions des divers organismes. Si, comme M. Carroll le disait tantôt, il ressortait des observations formulées par eux au cours des délibérations qu'ils sont en mesure de démontrer, comme cela leur incombe, que le rapport est irrégulier et qu'on peut en mettre en doute la validité, le Comité serait alors fondé à examiner toutes les questions qu'a déjà étudiées le comité MacQuarrie. Cependant, si les observations qu'on formulera n'établissent pas que le rapport laisse à désirer, je ne vois pas que nous soyons tenus en conscience de tout revoir ce dont le comité MacQuarrie a déjà fait une étude minutieuse. Ce serait là une tâche gigantesque qui n'avait pas été prévue lors de l'institution du présent comité. Certaines des observations que j'ai formulées à la Chambre des communes et qu'a citées le président, corroborent tout ce que j'ai dit ce matin, mais de crainte qu'on

ne mésinterprète les points mêmes que j'ai discutés, nous avons inséré, après entente avec mes collègues, l'alinéa suivant :

> Le Gouvernement espère et compte que le Comité parlementaire mixte entreprendra sa tâche le plus tôt possible et la poursuivra avec assez de diligence pour permettre au Parlement de prendre, avant la fin de la présente session, comme le prévoit le discours du trône, les mesures appropriées qui constituent l'objet dudit Comité.

Si mes observations générales avaient laissé quelque doute sur l'intention qu'on avait en instituant le Comité, l'alinéa que je viens de lire n'en laisse certainement subsister aucun. Et quelles sont les attributions du Comité ?

> Qu'un comité mixte des deux Chambres du Parlement soit institué en vue d'étudier le rapport intérimaire de la commission chargée d'étudier la législation en matière de coalitions, déposée sur le bureau de la Chambre des communes le vendredi 12 octobre 1951, et en vue d'étudier les modifications appropriées à la loi des enquêtes sur les coalitions, qui découlent de ce rapport.

Autrement dit, nous chargions le Comité de donner suite à ce que nous avions annoncé dans le discours du trône, à moins que des témoignages dont il serait saisi découlent des raisons très sérieuses d'en agir autrement.

Je dois maintenant dire, et je parle en mon propre nom, que jusqu'ici le Comité n'a rien entendu qui me porterait à croire que la décision du Gouvernement fût le moindrement erronée. Peut-être les messieurs qui ont été convoqués ici ce matin ou d'autres groupements feront-ils naître dans nos esprits un doute sérieux à l'égard de la justesse de ce rapport. Tant qu'on n'éveillera pas ce doute, je crois qu'il serait tout à fait inopportun, vu nos attributions, d'aller fouiller dans tous les détails auxquels s'est arrêté le comité MacQuarrie en vue de se faire une opinion. Ce n'est pas la même chose que si l'on nous avait demandé de préparer nous-mêmes un rapport sur la question soumise à notre étude, sans tenir compte de l'examen déjà élaboré qu'en avait fait un organisme fort compétent. Ce serait différent si l'on doutait de la politique du Gouvernement à cet égard. Nous n'avons pas déféré cette question au Comité pour qu'il trace une ligne de conduite à suivre. Nous avons fait part des mesures que nous entendions prendre avant d'en saisir le Comité. L'objet du Comité se résumait à trouver s'il y avait quelque solide raison d'examiner à nouveau le rapport du comité MacQuarrie. Si l'on n'en trouve aucune, alors, à mon avis, rien ne nous contraint d'examiner tous ces détails.

L'HON. M. LAMBERT : Puis-je poursuivre ? Je me suis d'abord enquis au sujet de la commission Curtis. Or, j'ai l'impression que cette commission n'a pas poursuivi jusqu'au bout son enquête comme son mandat le lui ordonnait. Elle a mené une enquête sans aucune restriction, ouverte aux journalistes, comportant toute la publicité qu'on désirait lui donner, et les enquêteurs se sont réunis à maintes reprises en 1949, je crois avant de soumettre leur rapport en 1950. Cependant on a donné à entendre qu'une autre enquête pourrait porter sur le domaine que le comité MacQuarrie a étudié. Il est très important, à mon avis, pour l'examen de cette question aujourd'hui, de ne pas dissocier le rapport MacQuarrie, et notre examen de ce rapport de l'enquête de la Commission Curtis, qui est à l'origine de cette initiative. Or, le premier ministre de l'époque a chargé surtout la Commission Curtis, au cours de son enquête sur les prix, d'éveiller l'opinion publique du pays, afin qu'elle exerçât un effet moral sur cet état de choses. On n'avait pas l'intention de légiférer de façon particulière ni de pourchasser des éléments particuliers ou des situations particulières. Il s'agissait plutôt d'une enquête sur la conjoncture

économique qui avait donné lieu à ces plaintes dont on a parlé au sujet des prix ; comme je l'ai fait au début, je souligne que c'est une erreur de fixer une date-limite ou de tenter d'en fixer une à l'égard de cette enquête. Je ne prétends pas que le Comité doive entreprendre une enquête aussi vaste et aussi détaillée que celle qu'a menée la commission Curtis, mais j'estime que le rapport MacQuarrie ne peut se comparer ni de près ni de loin, pas plus d'ailleurs que son enquête, au travail accompli par la Commission Curtis, tant du point de vue du public que de celui de l'intérêt que présente cette question pour la démocratie. Le rapport MacQuarrie est un résumé soigneusement rédigé. On l'a comparé à un *obiter dictum* de la Cour suprême sur des plaidoiries ; je crois que la comparaison est juste. Il ne renferme aucun élément de preuve. On y trouve un résumé des arguments, pour et contre, mais, à mon sens, c'est un document qui m'invite, en ma qualité de membre du Parlement, à soumettre à l'opinion publique, c'est-à-dire à la population envers laquelle je suis comptable, quelques preuves à l'appui des conclusions du rapport MacQuarrie. C'est l'unique point que je voulais signaler.

M. MACINNIS : Monsieur le président, permettez-moi de citer ce qu'a dit sur ce point, dans son rapport, la Commission royale d'enquête sur les prix. Il s'agit du rapport de la commission Curtis dont le sénateur Lambert nous a parlé. On trouve cette citation à la page 47 du rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix :

> Durant tout le cours de notre enquête, nous avons été frappés par la façon dont les différents fabricants fixent les prix de revente de leurs produits et, partant, restreignent les limites entre lesquelles la concurrence en matière de prix peut jouer entre grossistes et entre détaillants. Vu la généralisation de ce procédé, nous recommandons que la Commission d'enquête sur les coalisations commerciales étudie sérieusement ce problème, pour lui trouver une solution.

Il y a maintenant une chose que je veux dire, parce qu'on a l'impression que le comité MacQuarrie n'y a donné qu'une attention superficielle : si j'ai bien retenu les observations du ministre de la Justice lorsqu'il a présenté la résolution, je crois qu'il avait à l'esprit, — s'il ne l'a pas dit en toutes lettres, — que cet aspect de la fixation des prix était ce qu'on avait précisément demandé au comité MacQuarrie d'examiner, et c'est, à mon avis, ce que le comité MacQuarrie a fait à la suite d'études et de recherches sérieuses.

L'HON. M. GARSON : Qu'on me permette de revenir très brièvement sur les observations de M. MacInnis. Ses souvenirs sont absolument précis. Dans la première invitation lancée en vue d'obtenir des mémoires à ce sujet, le comité MacQuarrie a désigné à l'étude spéciale des intéressés la question de la fixation des prix de revente. Ce que dit M. MacInnis est parfaitement exact.

M. BEAUDRY : Pour parler d'un sujet tout différent, j'appuie sans réserve les observations du sénateur Lambert ; pour accélérer les travaux, vu que nous disposons de fort peu d'éléments de preuve et qu'il ne semble pas facile de les obtenir des témoins, je me demande si nous ne pourrions obtenir, de sources officielles, des données statistiques précises qu'il nous faudrait autrement demander aux témoins. Si on me le permet, j'aimerais en proposer quelques-unes qui seraient versées au dossier et auxquelles on pourrait se reporter sans le secours de témoins. Nous pourrions, par exemple, obtenir des données sur le nombre de magasins et d'entreprises autonomes répartis par provinces et par catégories, mettons, pour les années 1930, 1935, 1940 et 1950, ainsi que des renseignements sur le chiffre global d'affaires par catégories. Nous pourrions faire verser les mêmes renseignements au dossier à l'égard des magasins à rayons et à succursales multiples, de l'importance des com-

mandes remplies par les comptoirs postaux, au Canada, au cours des années précitées, du nombre des faillites survenues depuis 1930, ces renseignements se décomposant aussi par catégories. Du service de l'impôt sur le revenu, j'aimerais aussi savoir le revenu annuel des magasins et des maisons d'affaires indépendantes, ainsi que leur nombre. La même chose à l'égard des magasins à succursales multiples. A mon point de vue, cela me fournirait une documentation statistique dont je pourrais m'inspirer en interrogeant un témoin, quand il dit que ses affaires ont souffert, comme en témoignent tant de faillites, et ainsi de suite ; j'aimerais avoir en mains les chiffres qui appuient ou contredisent ces déclarations. Si l'avocat pouvait obtenir ces chiffres, soit du Bureau de la statistique ou du service de l'impôt sur le revenu ou d'autres sources, il rendrait un service fort utile au Comité.

LE PRÉSIDENT : Vous soulevez le point que j'ai souligné un peu plus tôt au sujet de l'objet de notre comité, qui consiste à savoir si la pratique est avantageuse pour le détaillant ou pour le fabricant ou pour le public ; le genre de chiffres que vous désirez illustrerait la question quant au fabricant ou au détaillant, mais non pas à l'égard des intérêts du consommateur.

M. BEAUDRY : Je ne suis pas sûr qu'une faillite atteigne seulement le détaillant. Je crois que dans une certaine mesure elle atteint aussi l'intérêt du consommateur.

LE PRÉSIDENT : Vous savez qu'un nombre excessif de maisons d'affaires, dépassant celui que requiert l'économie du pays, provoquerait plusieurs faillites, et l'intérêt public s'en trouverait bien, car le nombre excessif de centres de distribution influe directement sur les frais de distribution.

M. BEAUDRY : Je crois que si nous avions ces chiffres au dossier, nous ne perdrions pas de temps à les obtenir des divers témoins.

L'HON. M. LAMBERT : Dans mes observations antérieures, il y a un point dont j'ai fait mention et que j'aimerais établir très clairement. Je suis sûr de n'avoir rien dit de nature à laisser entendre que le comité MacQuarrie ne s'est pas entièrement acquitté de la tâche qu'on lui avait confiée. Ce n'est pas du tout ce que j'ai voulu dire. Mais j'ai dit que le rapport, en tant que document sur lequel établir une enquête, ne renferme aucune preuve. Maintenant, le comité MacQuarrie a reçu, lors de sa création, les attributions suivantes ; je crois qu'il vaut la peine de le consigner au dossier :

> Étudier, à la lumière des conditions actuelles, les buts et les méthodes de la loi des enquêtes sur les coalitions et des statuts canadiens connexes, la législation et les procédures d'autres pays, pour autant que leur étude paraisse utile, et de proposer quelles modifications il y aurait lieu d'apporter à notre loi afin d'en faire un organe plus efficace pour stimuler et sauvegarder notre économie libre.

Comme je l'ai dit auparavant le comité MacQuarrie doit en grande partie sa création aux conclusions de la commission antérieure, la commission Curtis, surtout parce que ses attributions étaient trop étendues pour motiver une étude spéciale de la loi des enquêtes sur les coalitions. C'est pourquoi on a dit que la porte demeurait ouverte à l'adoption du voeu de cette commission, qui fut de fait réalisé, grâce à des instructions précises ; je souligne que ces instructions étaient beaucoup plus précises, l'objet en était beaucoup mieux déterminé que les attributions de la commission Curtis qui l'avait précédé et qui a mené une enquête très étendue grâce à des témoignages accessibles à tout le monde.

LE PRÉSIDENT : En toute justice envers le comité MacQuarrie, je crois devoir signaler que dans la lettre circulaire qu'il a adressée à tous les inté-

ressés, on mentionnait qu'il avait été institué conformément à la loi des enquêtes sur les coalitions, mais on appelait spécialement l'attention sur le sixième alinéa, qui se lit ainsi qu'il suit :

> Vous vous souvenez peut-être que, dans son examen des pratiques commerciales restrictives, la Commission royale d'enquête sur les prix a accordé une attention particulière à la méthode de fixation des prix de revente et a recommandé une étude approfondie du problème envisagé sous l'angle de la concurrence en matière de prix entre les grossistes et les détaillants. Étant donné ce voeu, le Comité invite les intéressés à lui présenter des observations sur ce problème, en particulier, et d'une manière générale sur la loi des enquêtes sur les coalitions. Le Comité serait particulièrement heureux de recevoir des commentaires élaborés sur la conclusion à laquelle est arrivée provisoirement la Commission royale d'enquête sur les prix quant aux effets de cette méthode à l'égard de l'intérêt public. La question est traitée aux pages 30, 31 et 47 du volume I et aux pages 257 à 259 du volume II, Rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix, publié en 1949, par l'imprimeur du roi.

Le comité MacQuarrie ayant tout spécialement attiré l'attention sur ce point, nous pouvons avoir l'assurance que ceux qui ont reçu ces lettres en étaient au courant et ont prouvé qu'ils croyaient nécessaire d'étudier ce point-là.

L'HON. M. LAMBERT : Le comité MacQuarrie, autrement dit, nous invite à faire rapport sur ses propres conclusions.

LE PRÉSIDENT : C'était la lettre adressée par le comité MacQuarrie à plusieurs personnes qui, croyait-on, s'intéressaient à la question.

L'HON. M. LAMBERT : Il a fait d'une pierre deux coups.

M. THATCHER : Le président pourrait-il dire au Comité combien nous avons actuellement de mémoires, y compris celui d'aujourd'hui et aussi combien d'autres vous avez demandés et comptez recevoir ?

LE PRÉSIDENT : Actuellement nous avons six mémoires à part ceux que nous avons tous reçus et il y en a onze autres qu'il est possible que nous acceptions. Je souligne que plusieurs de ces mémoires sont exactement semblables aux autres. Le Comité n'a pas décidé si nous entendrions des témoignages à l'égard de chaque mémoire.

M. THATCHER : Voici où je voulais en venir : nous avons actuellement 17 mémoires, dont quelques-uns très importants. Aucun ne nous est venu des organismes agricoles, ni des coopératives. Il nous en viendra peut-être plusieurs des syndicats ouvriers et bon nombre d'organismes de détaillants n'ont pas encore donné signe de vie. Si nous siégeons jusqu'au 15 décembre, il est possible que nous ayons 12 séances à partir d'aujourd'hui. Je ne vois pas comment il nous est matériellement possible d'étudier ces 17 mémoires ; il ne semble pas raisonnable qu'on s'y attende. L'abolition de la fixation des prix a du mérite mais certains sont venus nous dire que nous allons leur nuire si nous l'abolissons. Il me semble que le Parlement ne peut refuser de les entendre et s'ils témoignent, nous devons leur laisser au moins le temps de nous exposer leurs griefs.

Le ministre de la Justice a dit qu'à moins d'une raison sérieuse qui se poserait, il n'entend certainement pas changer d'avis. Je veux bien, mais comment peut-il surgir un motif si nous ne donnons pas à ces gens l'occasion de venir nous exposer leurs griefs, ce qui est impossible au cours de douze séances ?

LE PRÉSIDENT : Vous n'avez pas saisi le point que j'ai souligné dans mes observations du début. Les groupements ouvriers, agricoles, et d'autres, ont tous soumis des mémoires au comité MacQuarrie et ils ont dit qu'ils n'avaient pas changé d'attitude ; ils s'inquiètent, en réalité, de ce que le Gouvernement n'agisse pas sur la foi du rapport MacQuarrie. Ces grouements s'en tiennent aux observations qu'ils ont formulées dans leurs mémoires et s'attendent que nous fassions part de nos conclusions au Gouvernement.

M. THATCHER : En parlant du comité MacQuarrie, je ne nie pas qu'il se compose d'hommes très compétents, mais je signale qu'il ne compte pas un seul homme d'affaires. Bien qu'ils puissent avoir très bien étudié la question du point de vue théorique, je ne suis pas sûr qu'ils l'aient fait du point de vue pratique et que pour cette raison ils aient accompli un travail parfait. Je suis bien d'avis qu'on approfondisse la question au cours de la prochaine session.

M. FULTON : Je ne crois pas que nous puissions trancher la question sans considérer la situation dans laquelle nous nous trouvons actuellement. Quel qu'ait été le mandat du Comité, je crois que ce sont ses attributions qui en déterminent en réalité la position. Conformément à un ordre de la Chambre, on nous a déféré un rapport émanant d'un comité qui a formulé certains vœux, qu'on nous demande d'étudier. Or, le rapport du Comité MacQuarrie conclut qu'on devrait rendre illégale la fixation des prix et il demande qu'on la rende illégale. Pour faire suite à ce vœu, on devrait la déclarer illégale que l'intérêt public en souffre ou non.

J'ajoute que le comité MacQuarrie n'a pas dit qu'elle s'opposait à l'intérêt public et pour donner suite à ses vœux il faudrait rendre illégale la fixation des prix sans se soucier si oui ou non elle porte atteinte à l'intérêt public.

Le comité MacQuarrie a découvert qu'à tout prendre la fixation des prix allait à l'encontre de l'intérêt public et il a recommandé, dans ses vœux, l'adoption d'une mesure fondée sur cette conclusion. Nous sommes invités à approuver ou à rejeter cette proposition : je ne vois pas comment on puisse dire que le mot "étudier" puisse s'interpréter autrement. Nous sommes invités soit à approuver soit à rejeter sa proposition. Comment pouvons-nous approuver une recommandation sans en étudier les fondements et sans nous occuper de savoir si la fixation des prix favorise ou lèse l'intérêt public ?

A mon avis, puisque nous sommes saisis du rapport du comité MacQuarrie, rapport fondé sur de tels facteurs, force nous est d'étudier au moins superficiellement le domaine qu'a examiné le comité MacQuarrie et dont découlent ses vœux. Si les témoignages qu'a entendus le comité MacQuarrie avaient été résumés dans son rapport ou nous avaient été soumis en même temps que son rapport, nous n'aurions pas à agir ainsi. Le sénateur Lambert a fait ressortir le point essentiel en disant que le rapport MacQuarrie qu'on nous a déféré ne renferme aucun vestige de preuve quant aux faits réels.

Pour arriver à une conclusion en ce qui concerne le rapport MacQuarrie, qui propose de rendre illégale la fixation des prix parce qu'elle lèse l'intérêt public, il me semble donc qu'il nous faille examiner la question du point de vue de l'intérêt public. Le moyen d'y arriver, c'est d'entendre les mémoires et les exposés de ceux qui veulent venir ici nous répéter leurs observations. Il me semble important que nous ayons le droit de convoquer ceux de qui nous voulons obtenir des données et des renseignements qui n'ont peut-être pas été portés à la connaissance du comité MacQuarrie, — afin de pouvoir nous faire une opinion éclairée sur ses propositions. Voici la situation où nous nous trouvons : étant donné les vœux que renferme le rapport, il nous faut

prendre le temps de convoquer des personnes aptes à nous exposer ces faits et à nous fournir des témoignages dont nous puissions tirer une conclusion. Sinon, il nous est impossible de nous former une opinion intelligente à l'égard de la tâche qu'on nous a confiée : l'étude du rapport MacQuarrie.

L'HON. M. GARSON : Au sujet des arguments que MM. Thatcher et Fulton ont avancés, qu'on me permette une observation, simplement du point de vue procédure. Il s'agit d'une question qu'a étudiée un comité compétent, après l'audition d'exposés de la part d'organismes également très compétents, tels que l'Association des pharmaciens, l'Association des fabricants canadiens, l'Association des détaillants et d'autres. Ces groupements ne se composent pas d'imbéciles ; ils comptent des membres très intelligents qui connaissent parfaitement leurs affaires et qui ont l'avantage de s'assurer les meilleurs conseils et concours qu'on puisse obtenir en y mettant le prix. Ils ont exposé leurs causes au comité MacQuarrie et le comité MacQuarrie en a tiré ses conclusions.

Je crois que le présent Comité devrait entendre les groupements qui ont demandé à témoigner. S'ils sont en mesure de nous démontrer que le rapport du comité MacQuarrie renferme des erreurs sérieuses nous serions motivés de mener l'enquête approfondie dont parle mon honorable ami. Mais je suis porté à croire que lorsqu'il s'agit de groupements comme l'Association des marchands détaillants, l'Association des pharmaciens, l'Association des fabricants canadiens, et d'autres organismes, dès qu'ils ne peuvent prouver au Comité, d'une façon évidente, qu'il y a une raison de mettre en doute la justesse du rapport du comité MacQuarrie, pour ma part je suis entièrement satisfait de confirmer son point de vue en acceptant ce rapport sans nous livrer à ces enquêtes poussées dont parle M. Fulton. Je suis convaincu que s'il renferme une lacune vraiment sérieuse, elle ne manquera certainement pas d'être soulignée au cours de ces exposés.

A coup sûr mon honorable ami n'a pas une assez piètre opinion de la compétence de ces associations commerciales pour croire, quand elles n'ont pas réussi à démontrer, en dépit de leurs efforts, que le rapport est erroné, qu'il nous faille fouiller ici et là durant un an ou à peu près afin de déterrer un fait nouveau que ces hommes d'affaires d'expérience consommée auraient oublié. En tout cas, ce n'est pas mon opinion.

Jusqu'ici, ni l'Association des manufacturiers canadiens, ni l'Association des marchands détaillants, ni l'Association des pharmaciens, ni leurs économistes pas plus que leurs avocats, n'ont pu démontrer que le rapport renferme des erreurs. S'ils ne sont pas en mesure d'y découvrir des erreurs, je n'ai pas la prétention de croire qu'il m'est possible d'en trouver quand eux-mêmes n'en touvent pas.

M. BEAUDRY : Puis-je poser une question au ministre ?

L'HON. M. GARSON : Oui.

M. BEAUDRY : Le ministre peut-il nous dire quelle procédure le comité MacQuarrie a suivie ? Il nous est impossible de le savoir en lisant le rapport intérimaire.

L'HON. M. GARSON : Rien ne m'en empêcherait, sauf la raison suivante. Quand nous avons institué le comité nous lui avons donné toute latitude. Nous l'avons chargé d'étudier l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions qui est en vigueur depuis plus d'un demi-siècle, mais qui n'a jamais fait l'objet d'une étude générale au cours de cette période. Convaincus que cette étude s'imposait depuis longtemps, nous avons créé un organisme extérieur à cette fin et nous lui avons donné carte blanche sans lui imposer la moindre restriction.

Comme le disait le sénateur Lambert, le Comité, dans le premier avis qu'il a adressé, conformément au rapport Curtis et à ses voeux, attachait une importance spéciale à la question de la fixation des prix de revente. Je désire souligner que jamais nous n'avons cherché à diriger le travail du comité ni à inspirer ses conclusions, ni rien de la sorte. Nous en avions choisi les membres qui avaient toute liberté d'action. Nous les tenions pour des hommes compétents et pratiques, aussi pratiques que tout homme d'affaires. Si quelqu'un prétend qu'il y a au Canada un homme d'affaires doué d'un plus grand sens pratique que M. W. A. McIntosh, je suis prêt à discuter la chose avec lui. Son expérience, dans le domaine pratique, est très étendue et il a souvent eu l'occasion de démontrer son sens pratique. Le Comité a donc eu les mains parfaitement libres ; mais je regrette de ne pouvoir fournir plus de détails à mon honorable ami.

M. BEAUDRY : Il vaudrait mieux expliquer ma question, afin de ne laisser à personne une fausse impression. Je cherche à savoir si le comité MacQuarrie s'est simplement borné à demander qu'on lui soumette des mémoires, ou si, comme nous, il a reçu des mémoires, puis interrogé les témoins afin d'obtenir d'eux de plus amples renseignements ?

L'HON. M. GARSON : Oui, certes, c'est bien ce qu'il a fait. D'ailleurs les journaux l'ont mentionné et je l'ai signalé moi-même à la Chambre.

J'ai répété à la Chambre, à deux ou trois reprises, que la raison pour laquelle le rapport du comité MacQuarrie, qui est maintenant très en retard, n'a pas été présenté plus tôt, c'est qu'après lui avoir soumis des mémoires écrits, ces divers organismes lui ont demandé d'entendre des exposés et des vœux de vive voix. Le Comité s'est rendu très volontiers à leur désir. De fait, la dernière fois que j'ai parlé du Comité à la Chambre des communes, il était encore saisi d'une demande relative à un exposé dont l'audition devait avoir lieu en septembre de cette année. La question a fait l'objet d'une étude complète.

M. BEAUDRY : Mais le ministre se rend compte de la difficulté qu'ont soulignée le sénateur Lambert et M. Fulton et dont je me rends très bien compte moi-même . . .

M. THATCHER : Puis-je poser une question au ministre ?

M. BEAUDRY : Pardon, monsieur Thatcher. Je me rends compte de la difficulté qu'il y a de tirer des conclusions de certains faits que quatre ou cinq hommes de compétence reconnue ont étudiés, mais que nous n'avons pas devant nous.

L'HON. M. GARSON : Je le reconnais et si les messieurs qui sont ici ce matin, ou les représentants d'autres associations, jugent à propos de nous révéler des faits propres à indiquer que les conclusions consignées au rapport sont fausses, mon attitude à l'égard d'une enquête poussée changerait certainement. Je crois, cependant, que puisque nous sommes saisis d'un rapport d'un organisme très compétent, accepté par je ne dirai pas un gouvernement très compétent, mais un gouvernement responsable . . .

M. FULTON : Il y a lieu de faire des réserves dans les deux cas.

L'HON. M. GARSON : . . . avec le concours des fonctionnaires chargés de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions, qui sont eux-mêmes assez bien au courant de la question, notre comité peut très bien et sans risque prendre l'attitude suivante. Si ces gens sont impuissants à dénicher toute erreur sérieuse dans ce rapport, nous n'avons pas de raison de supposer qu'en approfondissant la question nous découvrirons des faits que le comité MacQuarrie n'a pas étudiés. Si aucun de ceux qui s'opposent à la fixation des

prix de revente ne peut le faire, je n'ai pas la prétention de me croire en mesure d'y réussir.

M. FULTON : Pourquoi, si le rapport du comité MacQuarrie est si parfait, a-t-il fallu le déférer à un comité ?

M. BEAUDRY : On a fourni les explications nécessaires.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre !

M. FULTON : Ainsi le Parlement sert d'instrument à certaines gens qui désirent exercer des pressions. Je ne crois pas, monsieur, que ce soit à dessein que vos ayez décidé d'utiliser le Parlement de cette manière. Il n'aurait pas été nécessaire de déférer le rapport du comité MacQuarrie à ce Comité afin de prendre connaissance de certains voeux. Cependant, puisque le rapport nous a été déféré . . .

LE PRÉSIDENT : Retournons au premier point sur lequel j'ai ouvert la discussion et que M. Garson a repris.

La raison de cette enquête parlementaire, c'est que nous savons tous que des représentants du commerce ont voulu exposer leur point de vue. Comme M. Garson l'a déjà souligné, ils ont dit que les conclusions du comité MacQuarrie n'étaient pas motivées. S'ils sont en mesure de nous prouver, par les faits qu'ils exposeront et grâce à leur savoir professionnel, que le comité MacQuarrie est dans l'erreur, nous pourrons certainement alors mener une enquête approfondie.

M. THATCHER : Nous donnerez-vous le temps voulu ?

L'HON. M. GARSON : Certainement.

M. THATCHER : Comment peut-on y réussir en douze séances ?

LE PRÉSIDENT : Si le comité MacQuarrie s'est fourvoyé à ce point, ces gens pourront le prouver dès la première séance. S'ils ne le peuvent pas il importe peu, alors, d'avoir dix, douze ou cinquante séances.

Une fois établi ce comité parlementaire, c'est à ceux qui ont demandé cette autre enquête qu'il incombe, je crois de démontrer que les conclusions du comité MacQuarrie, lesquelles ont été acceptées par le Gouvernement, sont erronées. S'il ne peut y réussir, nous ne serons certainement pas en mesure de le faire.

M. THATCHER : Il faudra leur en donner le temps.

M. FULTON : Je ne vois pas comment nous pouvons dire qu'ils se trompent sans prendre les mesures voulues pour le savoir. Nous ne pouvons y réussir qu'en menant notre propre enquête, nous permettant de savoir de quoi il retourne.

Je reconnais avec le ministre que nous ne sommes pas des spécialistes et que le seul moyen de nous mettre en mesure d'étudier le rapport, c'est de mener quelques enquêtes qui feront de nous des spécialistes dans une certaine mesure. Il nous est impossible d'y parvenir en restant ici à lire des mémoires. Il faut que nous soyons autorisés à convoquer des témoins capables de nous exposer des faits nous permettant de nous former une opinion et de déterminer le bien-fondé des arguments de ceux qui viennent témoigner.

LE PRÉSIDENT : Tel serait le cas si nous devions étudier toute la question de la fixation des prix de revient à partir du début. Mais le présent Comité a été créé d'abord à la demande du premier ministre et du ministre de la Justice parce que certaines gens prétendaient que le rapport du comité

MacQuarrie était mal venu et qu'une mesure législative fondée sur ses conclusions ne serait pas motivée.

M. THATCHER : Voulez-vous dire que nous ne devrions pas entendre les dix-sept groupements ?

LE PRÉSIDENT : Je veux dire qu'il y a lieu d'entendre les principaux groupements qui ont soutenu que le principe est faux et que la fixation des prix de revente est dans l'intérêt public. S'ils ne parviennent pas à nous démontrer où se trouve l'erreur, il n'y a certainement pas lieu de tout refaire l'étude de la question.

M. THATCHER : Vous êtes tout à fait disposé à entendre chacun de ces dix-sept organismes même si cela nous mène jusqu'à Noël ? Vous ne viendrez pas nous dire plus tard qu'il faut interrompre les auditions ?

LE PRÉSIDENT : Le sous-comité a déjà décidé, et en cela il ne déroge en rien à la pratique suivie par le sous-comité de tout comité parlementaire important de la Chambre, qu'il est inutile de présenter dix-sept mémoires s'il y en a douze semblables. Cependant, nous les accepterons et nous les lirons. Somme toute, la principale partie de tout mémoire, c'est l'opinion réfléchie que le groupement donne par écrit ; les questions qu'on pose par la suite ne sont qu'accessoires — en vue d'éclaircir les points demeurés obscurs aux yeux du lecteur du mémoire. Nous aurons l'occasion de lire chaque mémoire. On pourra réserver, en vue d'interroger des témoins, les mémoires sur lesquels les membres du Comité voudront plus des éclaircissements à l'égard de quelque point particulier.

Je répète que d'après moi le Comité a été institué parce que ces messieurs ont demandé et obtenu le droit de venir nous dire pourquoi le rapport du comité MacQuarrie, que le Gouvernement a accepté, est mal venu. Personne n'est en meilleure posture de connaître les détails du commerce que ces gens qui viennent témoigner. Comme l'a mentionné M. Garson, ils sont tout désignés . . .

M. THATCHER : Si vous nous en donnez le temps.

M. FULTON : Si tel est le principe qui doit nous guider, je crois qu'on devrait dire clairement aux témoins qu'il en est ainsi. Le résultat de la ligne de conduite que vous proposez est une attaque contre le rapport du comité MacQuarrie . . .

LE PRÉSIDENT : Certainement.

L'HON. M. GARSON : Oui.

M. FULTON : Mais ce n'est pas le principe dont nous nous sommes inspirés ici. Il ne s'est pas simplement agi d'une attaque contre le rapport ; on ne s'est pas borné à l'analyser, à le disséquer et à y trouver ici une lacune, là une fausse prétention. C'est le genre de thèse que vous devriez les inviter à présenter mais ce n'est pas celui auquel, au début, je croyais qu'on devait s'intéresser. On a invoqué le genre d'arguments qu'ils avaient eux-mêmes présentés au comité.

LE PRÉSIDENT : Afin d'étayer leur thèse d'après laquelle la fixation des prix de revente sert leurs intérêts . . .

M. FULTON : Étant donné les conclusions du comité MacQuarrie, vous devriez les engager à réfuter ces conclusions.

LE PRÉSIDENT : C'est exactement pourquoi ils ont écrit au ministre de la Justice ; ils ont demandé à se faire entendre afin d'exposer leurs vues officiellement, publiquement.

M. FULTON : Les arguments que nous avons déjà entendus et les mémoires dont nous avons déjà pris connaissance prouvent abondamment que telles n'étaient pas leurs intentions.

L'HON. M. GARSON : A ce sujet, si mon honorable ami veut bien prendre le mémoire des pharmaciens qu'il a sous les yeux et en examiner les appendices . . .

LE PRÉSIDENT : C'est précisément à ce sujet que nous leur avons demandé de revenir jeudi.

M. FULTON : Ce mémoire constitue une exception. J'aurais dû faire cette réserve. Cependant, on n'a guère interrogé les témoins sur la raison pour laquelle . . .

LE PRÉSIDENT : Ce n'est pas la raison pour laquelle nous les faisons revenir.

L'HON. M. GARSON : Nous avons eu une analyse et une critique en détail par le professeur Fuller.

M. FULTON : On ne les a pas interrogés à ce sujet, hier.

L'HON. M. GARSON : Ils doivent revenir jeudi.

LE PRÉSIDENT : Vous êtes membre du Comité, monsieur Fulton, et vous avez posé votre part de questions, hier.

M. FULTON : Je me borne à affirmer que si nous devons nous en tenir à ce principe, je crois que les membres du Comité et ceux qui viennent y témoigner doivent reconnaître que leurs questions et leurs arguments devraient d'abord s'orienter vers une critique détaillée du rapport, — au lieu de questions générales sur la structure économique de leurs affaires. C'est le domaine auquel vous restreignez nos questions.

L'HON. M. LAMBERT : Le Comité devra enfin songer à rédiger un rapport. Je crois qu'il sera alors opportun de considérer si oui ou non nous avons convenablement étudié cet aspect de l'enquête. Je propose qu'au lieu de chercher à calculer exactement combien il nous faudra de temps, nous continuions à entendre les témoignages de la façon prévue ; et que le sous-comité nous tienne parfaitement au courant de ceux qui désirent se faire entendre. Nous pourrons alors décider s'il y a lieu d'entendre d'autres témoignages. Je ne crois pas, pour le moment, que nous puissions prévoir exactement combien de temps il faudra au Comité pour terminer sa tâche.

Commençons par les mémoires qu'on nous a proposés et ne nous inquiétons pas de l'avenir. Je ne crois pas que ni M. Thatcher ni moi-même n'oublierons notre sens des responsabilités d'aucune façon, pas plus que les autres membres du Comité. Il me semble que nous pourrons trancher cette question avec plus de satisfaction un peu plus tard.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Dickey ?

M. DICKEY : J'essaie depuis vingt minutes d'exprimer exactement ce qu'a dit le sénateur Lambert. Depuis une heure et dix minutes nous discutons une question que nous ne sommes simplement pas en mesure de trancher ce matin, — une question qu'il ne nous conviendrait absolument pas actuellement de trancher dans un sens ni dans l'autre.

Je prends un exemple qui peut soulever quelque objection mais que je crois juste. Nous nous trouvons dans le même cas qu'une cour d'appel qui est saisie d'un pourvoi en cassation. Quand nous aurons entendu la cause, nous déciderons s'il faut reconnaître l'appel, le rejeter ou instituer un nouveau procès. Telle est notre situation et je crois que nous devrions entendre la

cause de l'appelant. Nous serons alors en mesure de savoir quelles mesures s'imposeront. Je propose que nous continuions à entendre lecture des mémoires.

M. THATCHER : Je suis en faveur d'entendre toute la preuve, mais à condition que la cause ne soit pas déboutée d'avance.

M. FULTON : Les cours d'appel sont généralement liées par les conclusions du tribunal inférieur sur les faits. Je propose que nous ne soyons pas nécessairement liés par les conclusions du comité MacQuarrie à l'égard des faits.

L'HON. M. GARSON : Je reconnais entièrement avec M. Dickey que nous sommes dans la situation d'une cour d'appel, non pas d'une cour qui entend un appel, mais qui examine une demande d'en appeler.

M. FULTON : Mais nous ne pouvons pas du tout étudier les faits ? Est-ce votre attitude, monsieur Garson ? Nous ne pouvons pas du tout étudier les faits ?

L'HON. M. GARSON : Non, non.

M. FULTON : C'est la situation où se trouve une cour d'appel.

M. DICKEY : Nous nous occupons de la cause dont nous sommes saisis et nous tirons nos conclusions après avoir entendu les arguments.

LE PRÉSIDENT : J'espère que cette discussion aura été utile. Je regrette, messieurs, qu'elle vous ait retardés, mais vous comprenez la situation en ce qui concerne le Comité.

M. FULTON : S'ils comprennent, ils sont très intelligents.

LE PRÉSIDENT : Je crois qu'ils comprennent très bien, — car il s'agit d'un groupement qui a demandé l'institution de notre comité.

Monsieur Harris, il a été convenu que vous résumeriez votre mémoire dans une brève déclaration ; le conseiller juridique du Comité vous posera ensuite à ce sujet des questions qui seront suivies par celles des différents membres du Comité.

Monsieur R.-A. Harris, directeur administratif de la C.-H. Smith Company, Windsor, Ontario, est appelé :

LE TÉMOIN : Monsieur le président, monsieur le sénateur Beaubien, messieurs : M. R. S. Tinsley, directeur général adjoint de la Fédération canadienne des détaillants ; M. Arnold Rands, expert en distribution du commerce des aliments ; M. Milton Shaffer, de Shaffers Limited, d'Ottawa, commerce de vêtements d'hommes, et M. Lloyd McKee de l'Electrical Housekeeping, de Toronto, propriétaire d'une entreprise de matériel électrique, se joignent à moi, ce matin, pour vous présenter ce mémoire.

Je vous dirai tout d'abord, combien nous apprécions l'invitation qui nous a été faite de venir ici exprimer notre opinion. Il y aurait peut-être lieu de dire, pour votre gouverne, que la Fédération canadienne des détaillants s'est formée en 1941 sur l'invitation du gouvernement, afin de traiter les mêmes problèmes que nous étudions aujourd'hui, c'est-à-dire, la question des prix ; mais à ce moment-là, l'attitude à l'égard des prix différait de celle qui existe aujourd'hui.

L'Association s'était étroitement intéressée à l'étude et à l'élaboration future de la législation commerciale ; nous avions déjà eu l'honneur de conseiller le gouvernement à plusieurs reprises en lui faisant connaître notre opinion sur certains détails comme l'indication des tailles et pointures des vêtements. Je crois même me rappeler une proposition avancée au printemps

dernier au sujet des modifications qu'on envisageait d'apporter à l'Acte de l'Amérique du nord britannique.

La Fédération canadienne des détaillants est affiliée à certains autres groupements. Si vous voulez bien vous reporter à l'appendice, je ne tenterai pas de vous en donner lecture. Vous verrez là une liste des groupements affiliés à la Fédération canadienne des détaillants.

M. PHELAN : Il n'y a pas d'Appendice, monsieur le président.

LE TÉMOIN : Aucun appendice n'a été annexé au mémoire ? Voulez-vous que je lise la liste en question, monsieur le président ?

LE PRÉSIDENT : Oui, il me semble que vous devriez en donner lecture pour qu'elle figure au procès-verbal.

LE TÉMOIN : Canadian Association of Radio and Appliance Dealers, Canadian Bicycle and Sports Goods Dealer's Association, Canadian Federation of Farm Equipment Dealers, Canadian Jewellers' Association, Canadian Restaurant Association, Canadian Shoe Retailers' Association, Ontario Retail Druggists' Association, Ontario Retail Feed Dealers' Association, Ontario Retail Furniture Dealers' Association, Ontario Retail Hardware Association, Retail Furriers' Guild of Canada, Retail Men's Wear Association of Canada, Stationers' Guild of Canada, Retail Merchants' Association of Canada, (y compris l'Association des marchands détaillants de la province de Québec), Retail Merchants' Association of Ontario, Retail Merchants' Association of Manitoba, Retail Merchants' Association of Saskatchewan, Retail Merchants' Association of Alberta, Retail Merchants' Association of British Columbia, Division nationale du commerce des aliments de la Retail Merchants' Association. Groupes affiliés dans les divers villes : Fort William Retail Merchants' Association, Greater Niagara Chamber of Commerce, Importers' and Employers' Association Ltd. (Saint-Jean, Terre-Neuve), Chambre de Commerce de Regina (Section du détail), Board of Trade d'Halifax (Section du détail), Saint John Merchants' Association Limited, Windsor Retail Merchants' Association Limited, et le Board of Trade de Moncton.

M. MACINNIS : Prendrez-vous aujourd'hui la parole au nom de tous ces gens, au nom de toutes ces organisations commerciales ?

LE TÉMOIN : Je parle aujourd'hui au nom de la Fédération canadienne des détaillants, organe du commerce de détail au Canada.

Sauf erreur, monsieur le président, chacune de ces associations a l'occasion de demander de présenter son mémoire. Nous avons fait le relevé de leurs opinions ; c'est pourquoi, messieurs, nous pensons que le mémoire que nous vous avons soumis expose les vues de la très grande majorité.

Je signalerai très brièvement qu'il ne s'agit pas d'une opinion unanime car, étant donné la nature de son commerce, le détaillant est peut-être après l'agriculteur, le plus grand individualiste qu'il y ait encore au pays ; comme dans une famille indépendante, il est difficile d'y trouver deux membres du même avis. Il existe, toutefois, des grands magasins, voire des petits, qui ne partagent pas l'opinion exprimée dans le mémoire que nous vous présentons aujourd'hui. Une majorité écrasante se prononce, toutefois, en faveur de la fixation des prix.

En ce qui concerne le mémoire en cause, je souhaiterais, si vous le permettez, passer rapidement en revue les principaux points auxquels pourront se rattacher vos questions.

M. CARROLL : Monsieur le président, bien que le témoin n'ait aucunement l'air souffrant, il me semble qu'il faudrait lui donner l'occasion de s'asseoir s'il le désire.

LE PRÉSIDENT : Naturellement. Asseyez-vous ou restez debout, comme vous voulez.

LE TÉMOIN : Merci, monsieur le président. Mais si vous le permettez, je préfère rester debout.

Notre mémoire soutient les points suivants : Premièrement la fixation des prix de revente tend à stabiliser notre économie. A partir d'ici, permettez-moi d'abréger ce terme ; je dirai tout simplement "la fixation des prix".

En deuxième lieu, la marque d'un produit protège le public, lui assure une certaine qualité.

En troisième lieu, les prix de revente minimum tendent à se transformer en prix maximums. En quatrième lieu la fixation des prix limite la marge de bénéfices bruts du détaillant.

Nous signalons ensuite ce qui suit : la fixation des prix ne détermine pas la hausse des prix. Encore une fois, la fixation des prix tend à stabiliser la production.

Or, contrairement aux constatations du comité MacQuarrie, la fixation des prix, en premier lieu, ne restreint pas indûment la concurrence.

En second lieu, la fixation des prix tend à uniformiser les prix au pays. Ainsi, en Colombie-Britannique et dans les provinces Maritimes... On a toujours souffert de l'écart dans les prix de transports des marchandises.

Le prix des articles assujétis à la fixation du prix de revente tend à être le même dans tout le pays, ce qui aide à uniformiser le coût de la vie partout au Canada.

Nous sommes également d'avis, — et je le dis tout bas, — que le consommateur ne s'y connaît pas très bien en ce qui concerne la qualité des marchandises, sauf à l'usage ; la marque protège l'acheteuse et le prix protège la marque.

Nous croyons de plus que la fixation des prix aide à faire la réclame au niveau du détaillant, ou, mieux, permet la réclame sur le plan national, ce qui représente des épargnes plus considérables dans ce domaine et une distribution plus économique au consommateur.

Nous prétendons de plus que la fixation des prix ne signifie pas des prix fixes car ils varient en plus et en moins. Ils ne sont fixes qu'à un moment donné.

Voilà les points, messieurs, auxquels il y aurait lieu, à notre avis, de rattacher la discussion. Je serais heureux, monsieur le président, qu'on me permît d'y ajouter dans quelques instants, un ou deux détails qui me semblent utiles. J'aimerais également préciser le point suivant :

J'ai lu les propositions antérieures, messieurs. Peut-être ai-je l'esprit quelque peu obtus, mais j'aimerais m'assurer qu'il n'existe aucune confusion au sujet du prix sur lequel s'entend un groupe de fabricants qui convient de taxer une catégorie particulière de marchandises. C'est à quoi s'oppose la Fédération canadienne des détaillants, et moi-même à titre de détaillant. Nous nous prononçons en faveur de la fixation des prix, ce qui signifie que tout fabricant a la faculté d'établir et de proposer le prix de vente de ses produits. Merci, messieurs.

LE PRÉSIDENT : Il me semble, monsieur Harris, que vous seriez beaucoup mieux assis que debout.

Monsieur Phelan ?

M. PHELAN : Monsieur le président, étant donné que le temps passe, je ne poserai que très peu de questions afin de ne pas empiéter sur le temps attribué aux membres du Comité.

M. Phelan :

D. Monsieur Harris, si j'ai bien compris, vous avez un conseil ou quelqu'organisme de ce genre ? Vous constituez bien, n'est-ce pas, un conseil ou organisme de ce genre chargé de représenter les opinions des différentes organisations ? — R. Vous voulez dire un conseil (council), par un conseiller (counsel) ?

D. C'est bien cela. Comment l'élit-on ? — R. Il est composé des représentants de chacune des organisations affiliées ainsi que des membres élus.

D. Et cet organisme représente la Fédération canadienne des détaillants ? — R. C'est bien cela.

D. Vous nous avez bien donné les noms des différents groupements qui forment cette organisation ? — R. Oui, monsieur.

D. Je remarque que vous avez déclaré, en le répétant dans votre mémoire, qu'il existe parmi les détaillants certaines divergences d'opinions, quant à la vertu de la fixation du prix de revente. Vous serait-il possible de donner au Comité une idée de la proportion de part et d'autre, que des différents points de vues ? — R. Il ne m'est pas possible de vous répondre d'une façon précise, monsieur Phelan. Toutefois, notre enquête a démontré que la grande majorité de nos membres (j'en appelle à M. Tinsley, mais je crois ne pas me tromper en disant la grande majorité), s'est prononcée en faveur de cette mesure, ce qui représente un pourcentage écrasant.

D. En effet ; c'est-à-dire que les détaillants favorisent en général l'usage de la fixation des prix de revente ? — R. Parfaitement, monsieur.

D. Et parmi les commerçants au détail, on trouve certains négociants importants qui ne sont pas en faveur de cette pratique. Cette déclaration est-elle exacte ? — R. Elle est exacte en effet.

D. Serait-il exact, de résumer la situation à la suite de votre mémoire en disant qu'une des principales raisons, sinon la principale raison, de la fixation des prix de revente provient de ce que cette mesure constitue, pour ainsi dire l'antidote de la pratique de la vente à perte ? Est-ce bien là un des principaux motifs de son maintien ? — R. Je crois en effet, comprendre que oui.

D. C'est bien l'une des raisons ? — R. D'ailleurs, en quoi consiste la coutume de la vente à perte ? je n'ai encore jamais pu le savoir.

D. Je vous poserai cette question-là tantôt. Votre mémoire et tous les autres exposés en font mention. Je vous demande simplement ceci : Une des raisons pour laquelle vous cherchez à maintenir la fixation du prix de revente est-elle due à ce que vous considérez cette pratique comme un antidote ou un moyen de combattre l'usage de "l'article sacrifié" ? — R. Si je demandais aux commerçants ce qui constitue un "article sacrifié", j'apprendrais que pour certains il s'agit d'un produit pour lequel on n'atteint pas la pleine marge de bénéfice, alors que dans l'opinion d'autres commerçants, il s'agirait d'une marchandise sur laquelle ils ne peuvent récupérer leurs frais. D'autres encore estiment que "l'article sacrifié" est un produit qu'ils n'ont pas réussi à vendre au public parce que celui-ci jugeait inacceptable le prix auquel on l'offrait ; chaque diminution de ce prix caractériserait "l'article sacrifié". A mon avis, s'il me fallait donner ma définition personnelle de

"l'article sacrifié", je devrais dire pour être le plus exact possible qu'il s'agit d'un produit à l'égard duquel on n'atteint pas l'entière marge de bénéfice et qui est destiné à attirer chez soi la clientèle.

D. Diriez-vous que c'est là une définition qu'approuverait votre conseil ? — R. Je ne l'affirmerais pas.

D. Êtes-vous en mesure de nous donner une définition qui rencontrerait l'entière approbation de votre conseil ? — R. Non, monsieur, je ne le suis pas.

D. Je vois ; néanmoins, quelle qu'en soit la définition, j'ai pu remarquer dans votre mémoire qu'il s'agit là d'une des difficultés qui surgissent, dans le commerce et l'une de celles contre lesquelles "l'article sacrifié" est censé protéger les détaillants. — R. Je dirais ceci : Il est significatif qu'il n'y ait eu, à ma connaissance, aucune poursuite judiciaire en vertu de l'article 498-A du Code criminel à ce sujet pendant la période au cours de laquelle la fixation des prix était en vigueur. Autrement dit, la fixation des prix a eu un effet préventif. Je ne prétendrai pas qu'il n'y ait pas eu d'"article sacrifié".

D. Mais il s'agit bien d'un moyen de combattre la fixation des prix ? — R. Il s'agit d'une influence stabilisatrice.

D. Vous dites que c'est une des influences stabilisatrices en jeu. Encore une question et j'aurai fini. Votre comité a peut-être eu beaucoup de temps pour le discuter, mais je remarque que vous avez tout particulièrement dirigé votre attention, ou plutôt que vous l'avez particulièrement concentrée sur le rapport MacQuarrie, ainsi que le révèlent les pages 3, 4 et 5 de votre mémoire. C'est bien cela ? — R. Parfaitement.

D. Vous avez exposé vos objections et je dirais que vous les avez exposées après avoir dûment examiné le rapport MacQuarrie à la lumière de vos intérêts commerciaux ; elles représentent donc vos arguments contre le rapport MacQuarrie ? — R. Après avoir dûment étudié le rapport provisoire.

D. Après avoir dûment étudié le rapport provisoire, ainsi que les intérêts des détaillants, vous avez exposé ce qui, (selon vous) répond pleinement aux objectifs du rapport MacQuarrie ? — R. Parfaitement.

M. PHELAN : C'est tout. Merci.

LE PRÉSIDENT : M. Boucher a la parole.

M. Boucher :

D. A la page 1, au numéro 1 de votre mémoire, vous dites que la fixation du prix de revente constitue un élément stabilisateur de notre économie. Qu'entend votre groupe par cette affirmation ? — R. Les prix, vous le savez, sont toujours en mouvement, ils fluctuent sans cesse. Prenons l'exemple d'une ville, grande ou petite, et d'un détaillant qui coupe les prix. Peut-être la banque le serre-t-elle de près, peut-être est-ce pour une autre raison. Quoi qu'il en soit, le régime des prix s'écroule dans cette localité.

Là où la fixation des prix n'existe pas, les autres détaillants sont fortement tentés de le suivre et de faire baisser leurs prix à leur tour. Ces prix ne peuvent pas rester bas indéfiniment, puisque ces baisses ne seraient pas saines et que leurs entreprises ne pourraient pas y survivre. Mais, puisque nous sommes humains et que nous inclinons vers la concurrence, un grand nombre de détaillants ramèneraient certainement leurs prix au niveau de ceux du premier détaillant. De cette manière, le régime des prix dans une localité donnée serait caractérisé par de constantes fluctuations, de sorte que le consommateur ne saurait guère à quoi s'en tenir sur la valeur véritable.

D. N'êtes-vous pas d'avis que de temps à autre, la mesure pourrait entraîner la réduction du total des ventes, lorsqu'il s'agit par exemple, de réfrigérateurs électriques, de cuisinières, etc., ce qui pourrait provoquer à son tour une diminution de la production et le chômage ? — R. La fixation des prix entraînerait tout ceci ?

D. Ne croyez-vous pas qu'elle nuirait à la production ? — R. Que la fixation des prix réduirait l'emploi ?

D. Qu'elle réduirait le total des marchandises produites. — R. Qu'elle réduirait le total des articles fabriqués ? Non, monsieur, ce n'est pas mon avis.

D. Dans bien des cas, la fixation des prix de revente ne conserve-t-elle pas des marges de bénéfice nominales, au détriment du volume des bénéfices ? — R. J'aimerais, si cela m'est permis, donner une réponse un peu plus complète à la question. Je suis très heureux que vous l'ayez posée. J'ai consulté les acheteurs dans notre propre commerce, afin de connaître leur point de vue sur la fixation des prix de revente. Les uns m'ont dit : "Nous sommes contre". J'ai demandé : "Pourquoi ?" Ils m'ont répondu : "Parce qu'elle ne nous assure pas une marge de bénéfice suffisante". Il existe une tendance prononcée, généralement reconnue par les détaillants, selon laquelle les articles dont le prix est fixé n'assurent pas la même marge de bénéfice brut que ceux dont le prix n'est pas fixé. Tous les acheteurs cherchent constamment des articles autres que ceux qui sont assujettis à la fixation des prix de revente, afin de garder leur majoration fixée, comme nous l'appelons, à un niveau qui permette à leur rayon ou leur magasin d'accuser un bénéfice.

M. Dickey :

D. Monsieur Harris, je remarque à ce propos qu'à la page 1, point No 2, vous déclarez que la fixation des prix de revente ne s'applique qu'à un petit nombre de marchandises vendues au détail. Que voulez-vous dire au juste ? Comment avez-vous pu l'établir ? S'agit-il d'un petit nombre de produits ou d'une petite proportion du commerce total de tous les produits ? — R. Il est très difficile de généraliser sur ce point, monsieur Dickey. Dans une certaine branche de commerce, dans une certaine catégorie, le pourcentage des articles dont le prix est imposé peut être beaucoup plus élevé que dans une autre.

D. Qu'entendez-vous par "un petit nombre de produits" ? — R. Qu'à notre avis du moins, les prix de la majorité des produits ne sont pas établis. Cette réponse vous suffit-elle ?

D. Vous ne tenez pas compte du volume relatif des ventes d'un produit quelconque ? — R. Je ne tiens pas compte de la catégorie à laquelle appartient le produit en cause.

D. Peut-être pourrez-vous me dire, monsieur Harris, dans quel domaine particulier du commerce de détail on a le plus recours à la pratique de la fixation des prix ? — R. A mon avis, lorsqu'il s'agit de domaines ou d'articles qui se prêtent à porter une marque de commerce, à faire l'objet de publicité, et là où l'usure et l'usage constituent des éléments importants. Puis-je vous donner un exemple ? Chacun des membres du Comité qui se trouve dans cette salle a, sans doute, quelque préférence en ce qui concerne la marque de chemise qu'il porte et il connaît probablement la désignation commerciale ; cette préférence étant due à son expérience, il désire, lorsqu'il fait l'emplette d'une autre chemise, s'assurer qu'il en obtiendra la même satisfaction que par le passé ; il demande donc la même marque de commerce.

D. C'est très bien, dans le cas d'une marque de commerce. Je comprends parfaitement, mais je me demandais . . . — R. Puis-je compléter mon exemple ?

D. Mais oui. — R. Il demande donc la marque de commerce en question. La fixation des prix se pratique surtout à l'égard des marchandises de marques reconnues, comme les chemises d'hommes, qui se prêtent à la fixation. Le fabricant protège avec un soin jaloux la réputation de son produit, il en surveille avec zèle la distribution. C'est-à-dire qu'il veille à ce que cette distribution trouve chez les détaillants des débouchés suffisants. Afin d'y arriver, le fabricant ne peut se permettre de voir son produit, c'est-à-dire la chemise, que vous portez, servir de hochet, de façon à ce qu'aucun détaillant n'ait plus d'intérêt à la vendre. Puis-je pousser l'exemple un peu plus loin ? Parlant toujours de la cheminse, disons qu'il s'agit d'un article dont le prix est fixé à $4. Or si l'on soustrayait à la fixation des prix cette chemise qui est très en demande, la plupart des magasins du pays seraient enclins à l'utiliser à titre "d'article sacrifié", comme nous l'avons dit tantôt. Vendez-là $2 si vous voulez ; elle attirera chez vous une foule de gens. Toutefois, dans un an, vous verrez qu'il sera extrêmement difficile d'acheter n'importe où cet article dont la vente ne sera plus profitable au détaillant.

D. Je comprends en effet votre argument, monsieur Harris, mais ce que je voulais réellement obtenir de vous, en tant que représentant d'une association de détaillants, c'était des données sur le genre de commerce au détail pour lequel la fixation des prix revêt une importance véritable. Votre réponse me fait conclure que la vente au détail des vêtements est un de ces domaines. Quelles sont les autres ? — R. Je n'essayerai pas de le spécifier parce qu'il existe des centaines de catégories ; j'estime que n'étant pas assez documenté sur cette matière, il ne me serait pas possible d'épuiser ici toute la question.

D. Pourriez-vous nous indiquer les branches de commerce pour lesquelles la fixation des prix constitue un facteur de réelle importance ? Quant à moi, si je tiens compte de mon expérience au sein de ce Comité, je suis certainement d'avis qu'elle touche plus particulièrement le commerce des produits pharmaceutiques. Je voudrais simplement savoir si ce facteur joue avec la même force dans l'épicerie ou la quincaillerie. Au cas où vous auriez quelque renseignement de ce genre, il pourrait nous être utile. — R. Je voudrais d'abord définir ce point d'une manière un peu plus générale. Il me semble avoir dit : "Dans les cas ou l'usure et l'usage constituent un élément important" au regard de ces produits.

L'HON. M. LAMBERT : Avez-vous l'intention d'y inclure les produits alimentaires ?

LE TÉMOIN : M. Rands pourra peut-être nous répondre là-dessus.

M. ARNOLD RANDS (*conseiller pour les produits alimentaires, Association des marchands au détail*) : En ce qui concerne les produits alimentaires, la pratique est moins courante que pour les autres marchandises. On l'a utilisée dans ce secteur du commerce afin de compenser la vente "d'articles sacrifiés" et la suppression du marché de certaines marques.

M. THATCHER : Avez-vous des pourcentages ?

M. RANDS : Des quantités ?

M. THATCHER : Oui.

M. RANDS : Environ 15 p. 100.

M. THATCHER : Pour les produits d'épicerie ou les produits connexes ?

M. RANDS : Je ne parle que des produits alimentaires ; je veux dire plutôt des produits alimentaires que de l'épicerie.

M. Dickey :

D. Il me semble, monsieur Harris, que vous avez clairement exposé au Comité votre opinion sur l'importance que revêt la fixation des prix au regard des marchandises portant des marques de commerce. Pourriez-vous nous fournir quelques exemples dans lesquels une marchandise de marque connue sur le marché de détail canadien ne serait pas assujettie à la fixation des prix ? — R. Je pourrais le faire, monsieur Dickey, mais je préfère m'abstenir.

D. Je ne vous demanderais pas de spécifier des marques particulières ; mais il existe dans ce pays, d'une manière générale, certaines marques solidement établies qui ne sont pas assujetties à la fixation des prix. N'est-ce pas ? — R. Oui, en effet.

D. M. Boucher a rattaché ses questions à l'allusion que vous faites dans votre mémoire à la fixation des prix en tant qu'élément stabilisateur de l'économie. Il est intéressant de trouver au point 8, à la page 2, une nouvelle mention du terme "stabilisation". Se rapporte-t-il à la production ? Quel est l'effet de la fixation des prix sur la stabilisation de la production ? — R. Et bien, ces jours-ci et au cours des mois prochains, nous verrons la marchandise que nous offrent les fabricants pour la prochaine saison. La livraison ne se fera pas dans certains cas, avant février, mars ou même avril. Les costumes de bain par exemple ne seront pas livrés avant mai ou juin prochain. C'est, pour le détaillant, un délai assez long lorsqu'il s'agit d'acheter d'avance ; il est cependant nécessaire au fabricant de pouvoir échelonner sa production, dans l'intérêt d'un rendement économique, sur une période donnée ; C'est ainsi que le détaillant est disposé à placer une partie de ses commandes quand il se sent suffisamment assuré de réaliser une marge convenable de bénéfice sur les ventes une fois la saison venue. Si d'autre part, il ne peut se faire aucune idée de ce que sera le prix, il sera peu sage de s'engager. Le fabricant se voit donc obligé de fermer son usine, dont les portes resteront closes jusqu'au moment où interviendra la demande immédiate de ses produits. Or toutes les commandes lui arriveront en même temps et il ne sera pas en mesure de les remplir.

D. Dois-je en conclure, monsieur Harris, qu'en ce qui concerne la majorité des produits faisant l'objet du commerce de détail au Canada, il existe une instabilité de production et qu'on ne place pas de commandes à l'avance ? — R. Cela varie beaucoup selon les produits ou plutôt la catégorie des produits.

D. Mais vous dites bien qu'en ce qui concerne la majorité des marchandises faisant l'objet d'un commerce de détail, la production est instable et que les détaillants hésitent à placer leurs commandes ou ne sont pas en mesure de le faire ? — R. Je ne pourrais vous donner de réponse catégorique à ce sujet. J'aimerais y consacrer quelque réflexion.

D. Ceci ne résulte-t-il pas du fait que seul un petit nombre de produits sont touchés par la fixation des prix de revente et que si nous n'avions pas cette pratique, la non fixation des prix de certains produits mettrait le détaillant dans la posture que vous indiquez et placerait aussi le fabricant dans la même situation ? — R. Vous constaterez, à mon avis, que bon nombre de fabricants se sont trouvés dans cette posture désagréable au cours des derniers six mois.

D. Il s'agit bien de la situation des fabricants d'articles de marque reconnue et de produits dont le prix n'est pas fixé à l'heure actuelle ? — R. Je n'ai pas la compétence nécessaire pour parler au nom de tous les fabricants.

M. Fulton :

D. Monsieur Harris, je vous demanderai probablement de faire une analyse critique ; je me permets donc de vous demander tout d'abord de nous faire part de votre expérience en tant que détaillant pour votre propre compte, et ensuite en votre qualité de membre de l'organisation en cause, la Fédération canadienne des détaillants. — R. Je suis directeur administratif de la *C. H. Smith Company Limited,* magasin à rayons d'envergure moyenne par rapport aux autres ; nous avons environ 300 employés. Je dirige cette entreprise depuis six ans, c'est-à-dire depuis la fin de la guerre, après en avoir été absent pendant cinq ans et demi. Auparavant encore, j'étais, de 1937 jusqu'au début de la guerre, chef des ventes pour le compte d'une compagnie au Canada. Précédemment, j'avais été chef-adjoint des ventes d'une société de produits textiles et avant cela encore, j'avais travaillé, immédiatement après avoir fait mes études, dans l'industrie de l'appareillage électrique.

D. Pendant combien d'années en tout vous êtes-vous occupé du commerce de détail ? — R. Du commerce de détail ?

D. C'est cela. — R. Pendant 23 ans.

D. Et quelle a été votre activité personnelle dans la Fédération canadienne des détaillants ? — R. J'ai fait partie de l'exécutif de la Fédération canadienne des détaillants pendant les quatre dernières années.

D. J'aimerais maintenant vous poser une question découlant de la discussion que vous avez entendue ici tantôt au cours de la matinée. Êtes-vous d'avis que le comité MacQuarrie a soumis le problème à une étude appropriée et raisonnable, que les témoignages entendus ainsi que les méthodes employées étaient de nature à lui permettre de formuler une conclusion acceptable ? — R. Il me semble, monsieur le président, que les protestations élevées en aussi grand nombre contre une conclusion prouvent clairement que le sujet n'a pas été suffisamment étudié. Le commerce de détail ne représente pas un groupe de particuliers rapaces qui ne pensent qu'à exploiter le public. Il se compose (ces chiffres vous intéresseront peut-être) autant que je sache d'environ 700,000 personnes travaillant dans le commerce de distribution. Il y a, au Canada, environ 160,000 commerces de vente au détail. D'autre part, notre pays est vaste et sa population est faible ; or celle-ci demande du détaillant des services fort variés. Les détaillants ne sont pas des chefs d'industrie. Il y a, par exemple l'homme moyen qui tient le magasin de tabac du coin, ou la veuve, qui s'efforce de subvenir aux besoins de deux enfants. On compte également parmi les détaillants, l'ancien combattant qui a établi un commerce d'appareils divers. Les commerçants au détail sont généralement de braves gens, qui constituent le fondement même de notre édifice social. Ce ne sont toutefois pas des intellectuels ; la moitié d'entre eux seraient incapables de vous donner une définition convenable de la fixation des prix. Beaucoup d'entre eux ne pourraient vous dire au juste quelle est leur marge de bénéfice ; mais ils savent qu'ils ont appris petit à petit, par de dures et amères expériences, que, s'ils achètent la marchandise à tel prix, ils doivent, pour survivre, la revendre à tel autre. C'est ainsi qu'ils gagnent leur vie, sans la gagner très largement. J'exhorte fortement le Comité à prendre la peine d'examiner le bilan cette année et l'année dernière de 15, de 20 ou de 30 détaillants typiques ; ils verront alors, ce qu'est la marge de bénéfice. Je suis certain que vous-mêmes et le Gouvernement, désirez maintenir le coût de la vie à un niveau aussi bas que possible de supprimer les bénéfices excessifs dans ce domaine. Mais si vous jetez un coup d'oeil sur le bilan des détaillants, je ne vois pas comment vous pourrez supprimer ces bénéfices, car ils n'existent pas. Si mon souvenir est exact le bénéfice moyen

du commerce de détail atteint, après déduction des impôts, à 2.9 p. 100. Ce n'est pas énorme, messieurs, pour une année plutôt bonne. Il n'y a donc pas de bénéfices excessifs à supprimer.

M. THATCHER : Ces 2.9 p. 100 représentent-ils les données du Bureau de la statistique ?

LE TÉMOIN : Non, il s'agit du chiffre de 1946 et si vous vous en souvenez, cette année-là était extrêmement bonne. Le profit net avant déduction des impôts, atteignait 6.77 p. 100 et , après déduction, 2.68 p. 100.

L'HON. M. GARSON : Du capital, des ventes, ou de quoi ?

LE TÉMOIN : Des ventes.

M. Fulton :

D. Merci, monsieur Harris. Votre expérience vous porterait-elle à exposer au Comité les raisons pour lesquelles le comité MacQuarrie s'est, à votre avis, trompé dans ses méthodes et à quel point de vue il n'a pas réussi à fournir une étude aussi complète qu'appropriée ? — R. Étant donné qu'il s'agit de séances tenues à huis clos, je ne puis le faire.

D. Je le regrette. J'aurais dû vous demander si vous avez comparu vous-même devant le Comité afin d'y témoigner. — R. Non, monsieur.

D. Un représentant de votre association y a-t-il comparu ? — R. Notre association a comparu.

D. Quelqu'un qui se trouve ici a-t-il comparu ? — R. Non.

D. La réponse que vous avez donnée à ma question signifie que votre opinion se fonde sur la lecture du rapport et que vous n'êtes pas en mesure de discuter les méthodes qui ont permis d'établir certaines conclusions. Est-ce bien cela ? — R. En effet, je ne suis pas en mesure de les discuter. A mon avis, il ne peut s'agir que de conjectures. Nous ne savons quelles discussions ont eu lieu au sein du Comité. Tout ce que nous pouvons voir sont les conclusions et c'est à celles-ci que doivent se borner nos observations.

M. Shaw :

D. Pourrais-je demander à M. Fulton de poser la question de la façon suivante : Votre organisation a-t-elle été invitée à comparaître devant le comité MacQuarrie ? — R. Oui.

D. Mais vous n'avez pas comparu vous-même ? — R. Nous y étions représentés, mais je n'y étais pas en personne.

M. Fulton :

D. Vous n'avez pas comparu vous-même, mais votre organisation y a témoigné ; toutefois, aucun des messieurs qui vous accompagnent ce matin, n'était à l'audience. C'est bien cela que vous avez voulu dire ? — R. En effet, c'est M. McKee qui a témoigné pour nous.

D. Je me demande alors, si M. McKee est disposé à faire des commentaires sur les méthodes employées par le comité MacQuarrie, en ce qui concerne la question que je viens de poser, monsieur Harris ?

M. MCKEE : Je ne suis pas prêt à formuler des observations parce qu'en venant ici aujourd'hui, je ne m'attendais pas à ce qu'on me demande d'exprimer des objections aux méthodes du comité MacQuarrie. N'est-ce pas exact ?

LE TÉMOIN : C'est bien cela.

L'HON. M. GARSON : Ne savez-vous donc pas pourquoi vous vous opposez au rapport du comité MacQuarrie, monsieur McKee ?

M. McKee : Mais si, je crois le savoir.

L'hon. M. Garson : Il y aurait peut-être intérêt à ce que le Comité connaisse vos raisons.

M. Fulton :

D. La situation est la suivante : Lorsque le mémoire était en préparation, il n'était pas destiné à dévoiler ni à discuter les méthodes qu'avait adoptées le comité MacQuarrie pour arriver à ses conclusions. N'est-ce pas là un résumé exact ? — R. C'est exact, monsieur, et je voudrais y ajouter ceci : J'ai déjà déclaré que si j'avais l'occasion de formuler des propositions, j'insisterais beaucoup sur la suivante : On a posé la question de savoir quelle était la proportion des articles dont les prix étaient fixés. Je ne puis vous donner de réponse satisfaisante à cette question, et je ne connais personne qui puisse le faire. Je suis d'avis, toutefois, que le Bureau fédéral de la statistique serait peut-être en mesure de vous faire connaître le nombre des articles, dont les prix sont établis et qui servent à compiler l'indice du coût de la vie. C'est ainsi qu'il vous sera peut-être possible d'obtenir les renseignements plus précis qu'a mentionnés l'un de vos membres. Il vaudrait peut-être la peine de demander au Bureau fédéral de la statistique de faire une enquête à cette fin.

La deuxième proposition, que je répéterai ici, consisterait à vous inviter à examiner les états des profits et pertes d'un groupement représentatif de détaillants. Nous serions heureux de vous les procurer, afin de vous mettre en mesure de connaître quelque peu les marges qui y figurent et qui vous permettront de procéder à la péréquation des prix.

D. Est-ce que vous-même ou l'un de vos membres désirerait avoir l'occasion de reparaître plus tard devant ce Comité afin de nous soumettre éventuellement l'analyse critique des méthodes qu'a employées le comité MacQuarrie, ou de critiquer le principe d'un rapport fondé sur cette attitude ? — R. Je ne puis répondre de mon organisation à ce point de vue sans avoir consulté au préalable le conseil d'administration.

Le Président : La parole est à M. Dickey.

M. Dickey : Je ne vois pas très bien pourquoi l'on invite la discussion des méthodes du comité MacQuarrie. Sauf erreur, le Comité s'est réuni afin de donner l'occasion aux témoins ici présents de nous exposer leur opinion sur les conclusions du comité MacQuarrie, ainsi que les raisons, les faits et les arguments qu'ils désirent nous soumettre pour prouver que ces conclusions sont erronées.

Je n'estime donc pas qu'il soit équitable de mettre ces messieurs, ou quiconque se présentera devant le Comité, dans la posture de se voir demander une opinion favorable ou défavorable sur les méthodes dont s'est inspiré le comité MacQuarrie, pour autant que les témoins actuels et futurs ainsi que ceux qui ont déjà comparu ici comprennent bien qu'on leur donne ainsi l'occasion d'exposer devant nous toutes leurs objections contre les vœux du comité. C'est là la quintessence et le but de cette enquête ; il n'y a donc pas lieu de les inviter à critiquer les méthodes du comité MacQuarrie car, à mon avis, cela est étranger à la question.

Le Président : Je suis tout à fait d'accord avec vous à ce sujet, monsieur Dickey, et j'estime que M. McKee avait tout à fait raison de ne vouloir faire aucun commentaire là-dessus. Les mémoires avaient un caractère confidentiel et il me semble qu'il serait peu convenable que le Comité passe des remarques sur la façon dont les témoins ont déposé que sur la manière dont le comité MacQuarrie a accueilli leur témoignage. De plus, il me semble que ce groupe

particulier l'a déjà fait, étant donné qu'à partir de la page 3 de son mémoire, il nous donne son opinion sur les constatations du comité MacQuarrie ; car c'est ce que nous sommes en train de discuter. A partir de la page 3, chacun de leurs paragraphes commence par une déclaration extraite du rapport MacQuarrie suivie d'une critique favorable ou défavorable, selon leur point de vue.

M. Fulton :

D. Les réponses formulées jusqu'ici indiquent que les témoins ne peuvent aller plus loin qu'ils ne l'ont fait, mais la raison pour laquelle certaines questions ont été posées est la suivante : M. Dickey a dit que nous demandons aux témoins de déclarer pourquoi ils estiment que les conclusions du comité MacQuarrie sont erronées. Je suis du même avis, mais il me semble qu'une des principales raisons qu'ont avancées bien des témoins et des organisations qui ont comparu devant nous, consiste à les considérer comme erronées parce que le domaine en cause est tellement complexe ; sans doute, si bien des témoins ont l'impression que le comité MacQuarrie n'a pas effectué l'enquête qu'il aurait dû entreprendre, ils en jugeront les conclusions erronées. Je ne poursuivrai pas le sujet plus loin ce matin. Vous avez toutefois déclaré, en répondant à M. Phelan, que certains membres de votre groupement n'étaient pas d'accord avec l'attitude que vous avez prise dans votre mémoire. Les membres de votre Fédération qui ne partagent pas votre opinion représentent-ils une classe ou une catégorie spéciale de détaillants ? — R. Non. Ils comprennent des gros et des petits détaillants. Je ne puis les désigner par leur nom.

D. Groupent-ils une catégorie spéciale de détaillants, comme les magasins à rayons, ou uniquement des détaillants ordinaires ? — R. Non, ce sont des détaillants parfaitement libres.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Sont-ils nombreux ?

LE TÉMOIN : Non ils ne sont pas nombreux.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre, messieurs.

M. Fulton :

D. Disposons-nous de quelques données statistiques, ou bien avez-vous des chiffres indiquant le pourcentage du volume total du commerce au Canada qu'atteint la fixation des prix ? — R. Non, monsieur. Je proposerais par contre, d'en confier l'étude au Bureau fédéral de la statistique. Dans chaque entreprise, et même dans chaque rayon d'un grand magasin, la proportion sera différente. Il y a peut-être un moyen statistique de découvrir celle-ci, mais je ne suis pas assez documenté pour vous le dire.

D. Êtes-vous en mesure de nous donner au meilleur de votre jugement votre avis au sujet de l'importance relative des catégories de marchandises assujetties à la fixation des prix en ce qui concerne le coût de la vie ou l'indice du coût de la vie, ou les éléments du coût de la vie, comme nous le connaissons ? S'agit-il d'un genre de marchandise sur lequel se fonde l'indice du coût de la vie, ou bien ces marchandises représentent-elles une bonne moyenne, ou encore leur attribuez-vous peu d'influence sur le coût de la vie et l'indice du coût de la vie ? — R. J'invoque mon ignorance des acteurs constituant l'indice du coût de la vie ; quant à l'ensemble des marchandises dont le prix est imposé, permettez-moi de dire qu'à la longue, il représente la meilleure qualité, pour un prix donné, que puisse se procurer le public, sinon celui-ci ne les achèterait pas avec tant de persistence. Ce sont les articles les plus importants du magasin. Pourquoi aimons-nous les marchandises au prix fixé ? D'abord, parce qu'elles se vendent avec plus de facilité et l'on aime toujours ce qui se vend le mieux. Et pourquoi se vendent-elles si bien ? — R. A cause

de la fixation des prix, si vous voulez, ou parce qu'un certain type de fabricant se rend compte de la protection que le prix établi accorde au public. Au bout d'un certain temps, on accepte généralement un produit dont le consommateur stimule lui-même la vente.

D. Encore une question et j'aurai fini. Je vous demanderais d'imaginer une famille moyenne et les achats que peut effectuer cette famille. Elle ne vit pas dans le luxe ; c'est une famille de classe moyenne, des braves gens. Imaginez les achats qu'effectue cette famille durant l'année. Le pourcentage en serait-il considérable ou peu important ? Quel pourcentage de marchandises assujetties à la fixation des prix achèterait cette famille ? — R. La seule donnée que je pourrais vous fournir, monsieur, (et, comme je me fie entièrement à ma mémoire, M. McKee pourrait peut-être m'aider) serait qu'environ 5.7 ou 6 p. 100 des achats effectués dans les grands magasins à rayons appartiennent à cette catégorie d'articles. En ce qui concerne celle des produits alimentaires, je ne puis vous donner aucune réponse. Les autres marchandises, sont des articles de vêtement ou ménagers.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Vous dites que la fixation des prix touche 6 p. 100 des marchandises ?

LE TÉMOIN : Non, je dis qu'on en achète 6 p. 100.

M. Fulton :

D. Votre réponse signifie peut-être en réalité que vous ne possédez pas de statistiques suffisantes pour vous former une opinion ; votre avis, en tant que détaillant et représentant du commerce de détail qui sait probablement que les groupements de fabricants sont en faveur de la fixation des prix, est celui d'un détaillant qui observe les prix que lui propose le fabricant. — R. C'est bien cela.

D. Qui bénéficie le plus de la fixation des prix, le fabricant ou le détaillant ? — R. Je dirais qu'en réalité, c'est le consommateur.

D. Je sais que c'est là votre avis, ou du moins le motif sur lequel il se fonde. Mais est-ce le fabricant ou le détaillant qui réalise le plus grand bénéfice ? — R. Vous voulez dire, qui est-ce qui profite le plus ?

D. Oui. — R. C'est une question délicate. Mais pour parler au nom du détaillant, celui-ci souhaiterait obtenir une plus grande marge de bénéfice sur les articles à prix fixes.

D. Je ne pensais pas uniquement aux bénéfices ; mais vous avez indiqué les bons côtés de ce que vous appelez la vente régulière, surtout en ce qui concerne ce genre de bénéfices. Je ne parle pas seulement du bénéfice, mais je vous demande de me dire si c'est le fabricant ou le détaillant qui bénéficie le plus de ce genre d'avantage ? — R. A mon avis, tous les deux en bénéficient.

D. Vous ne feriez aucune distinction ? — R. Aucune.

LE PRÉSIDENT : La parole est à M. Jutras.

M. Jutras :

D. Je suppose qu'il est en général naturel de tenir compte de la moyenne en ce qui concerne la pratique de la fixation des prix. J'imagine, par exemple, que vous obtenez pour le détaillant une marge de bénéfices constituant une moyenne ; cette marge de bénéfice, je veux dire cette marge moyenne de bénéfices, résulterait de la compétence moyenne du détaillant, de sorte qu'en réalité, dans votre branche comme dans toutes les autres, on trouve différents degrés de compétence chez les commerçants. Dans le cas d'un détaillant extrêmement compétent, le bénéfice serait beaucoup plus considérable que

celui des autres, n'est-ce pas ? — R. C'est concevable. A mon avis ce même détaillant, s'il s'agit d'un petit commerçant et il l'est certes puisqu'il est compétent, fera bénéficier le consommateur d'une partie des économies réalisées sur les produits qu'il vend.

LE PRÉSIDENT : Comment cela ?

M. Jutras :

D. Cela mène au point suivant : Si en raison de sa compétence, il réalise plus de bénéfices qu'il n'en a besoin, il éprouvera naturellement le désir d'en faire bénéficier le consommateur ; mais comment pourra-t-il le faire sous le régime de la fixation des prix ? — R. Très facilement, sur les articles dont le prix n'est pas fixé. C'est ce bénéfice-là qu'il repassera au public.

D. Prenez le cas actuel. Supposons, par exemple, que la coutume de la fixation des prix se généralisera plus qu'à l'heure actuelle ? — R. Je ne doute pas qu'alors la marge de bénéfice diminuera parce que, dans un commerce comme celui du détail, où joue une forte concurrence, chacun s'efforce de saisir l'occasion d'établir ses prix au juste niveau de façon à ne pas dépasser ceux des autres.

D. Et cette coutume vous oblige à tenir compte de la moyenne ? — R. C'est exact.

D. S'il doit s'agir d'une moyenne, elle suppose toujours deux extrêmes et un chiffre moyen, quoi qu'il en soit. — R. Au cours de mon expérience fort limitée, j'ai pu constater qu'il existe deux domaines où la marge de bénéfice à l'égard des articles dont le prix est fixé a considérablement diminué. Je remonte à 1929 ou 1930, en ce qui concerne la radio ; je me fie uniquement à ma mémoire. Peut-être M. McKee pourra-t-il vérifier mes dires ; nous avions alors une marge de bénéfice de 40 à 45 p. 100.

LE PRÉSIDENT : Sur le prix de revient ou le prix de vente ?

LE TÉMOIN : Sur le prix de vente. Mais cette majoration a diminué au point que la marge n'est plus que de 29 p. 100 pour la télévision ; en ce qui concerne la radio elle serait à l'heure actuelle, de 31 à 32 p. 100. La marge s'est rétrécie et continuera à diminuer progressivement.

M. Jutras :

D. Quel serait, pour votre organisation, le pourcentage des articles dont le prix est fixé ? — R. Je l'ignore.

D. Vous dites qu'il y aurait dans ce cas une tendance à diminuer la marge ; dans ce cas, ne détruisez-vous pas le but que vise cette pratique, c'est-à-dire, celui d'aider le petit commerçant ? Car, si vous réduisez la marge, le petit commerce ne pourra rester en affaires ; ce qui encouragera très nettement les entreprises à succursales multiples. — R. Pourriez-vous me dire qui est le plus compétent, du petit ou du gros détaillant ? — R. Moi, je l'ignore. Il me semble qu'il y a des petits détaillants compétents comme il y en a de grands.

D. Je vous demanderais encore ceci : Au cas où la marge de bénéfice descendrait à un niveau inférieur, les entreprises à succursales multiples se sentiraient-elles, à votre avis, encouragées ? — R. Je ne crois pas pouvoir vous donner une réponse catégorique. Je n'aimerais pas vous répondre. Vous devriez d'abord spécifier la branche, le genre de distribution, dont il s'agit.

LE PRÉSIDENT : La parole est à M. Beaudry.

M. Beaudry :

D. Pour faire suite à la question qu'a posée M. Jutras, n'est-il pas vrai, ou du moins possible, que le volume des ventes supplémentaires dû à une meilleure acceptation d'un produit dont le prix est fixé, compenserait, le cas échéant, la perte causée par la diminution de la marge de bénéfice ? — R. C'est très vrai, en effet, monsieur Beaudry. Un des principaux avantages de l'article dont le prix est fixé, c'est qu'il parte d'une marge reconnue. Le public accepte généralement en grand nombre ce genre de marchandises ; le détaillant s'intéresse moins à la marge initiale, qu'à ce qui restera après les réductions. Dans la confection, par exemple, où la marque de commerce règne dans une large mesure, les réductions sont considérables, étant donné que l'élément "mode" prédomine ; mais les réductions sont faibles dans le cas des articles solides à prix fixe, soit environ 2 p. 100, tandis que la réduction sera de 10 p. 100 sur les marchandises qui ne portent pas de marque de commerce, ce qui exige, en compensation, une marge considérable de bénéfices.

D. En réalité, la vente plus active attribuable à la demande de marchandises dont le prix est maintenu, dépasserait de beaucoup la perte subie par le détaillant ou la diminution de la marge accordée au détaillant ? — R. En effet.

D. Monsieur Harris, combien de membres compte votre association, en tenant compte des membres des groupements affiliés ? — R. D'après notre évaluation, nous représentons à travers nos affiliés environ 40,000 à 50,000 détaillants.

D. Pourriez-vous également nous indiquer le nombre de personnes en cause, de façon à inclure, naturellement, les employés des personnes que représente votre Fédération. — R. Parlez-vous de particuliers ou de groupes ?

D. Je parle de particuliers, d'employés. — R. Je regrette de ne pouvoir hasarder d'estimation.

D. Vous ne risqueriez pas une évaluation ? — R. Le seul chiffre que je pourrais vous donner est celui des 700,000 personnes que comprend le commerce de distribution au Canada. Celui-ci dispose, en outre, de 160,000 débouchés dont nous représentons aujourd'hui une partie.

D. Voulez-vous hasarder une opinion quant à la proportion ?

M .Fulton :

D. Ces débouchés représentent-ils des magasins de détail ou des entreprises de distribution ? — R. Il s'agit de distributeurs. Ce serait pure conjecture, et je préfère ne pas en faire, mais je dirais que nous représentons aujourd'hui la majorité de ces distributeurs.

M. Beaudry :

D. Pourrais-je me hasarder à donner un chiffre en tenant compte de ceux que vous avez déjà cités. Lorsque vous et votre groupe faite une déposition à titre de témoins devant le Comité, afin de donner suite à la proposition du ministre et du président, qui vous demandaient d'exposer au Comité des vues qui pourraient le partir à étudier à nouveau les conclusions du comité MacQuarrie, vous parlez au nom d'une organisation comprenant, je dirais, 500,000 personnes qu'intéresse directement la question discutée par nous à l'heure actuelle ; ou bien le chiffre de 500,000 est-il trop élevé ? — R. Je ne saurais dire ; je puis affirmer toutefois, que nous discutons un problème qui touche de très près 700,000 personnes. Je signalerai également, qu'on a souvent tendance à parler du consommateur comme d'une personne distincte du détaillant ; mais nous avons au Canada environ 5,200,000 personnes em-

ployées, dont 700,000 le sont dans le commerce de distribution ; chacun de ces particuliers a la charge de trois personnes au plus, ce qui représente une forte partie de la population canadienne qui, tout en étant directement en rapport avec la distribution des marchandises, constitue en même temps un groupe de consommateurs. Il ne s'agit donc pas d'une catégorie distincte.

M. Fulton :

D. Vous parlez du commerce de distribution en tant que représentant de la Fédération canadienne des détaillants. Je ne comprends pas très bien la signification que vous attachez à ce terme. Pourriez-vous m'aider à surmonter cette difficulté ? — R. Pour autant que je sache, la ventilation du Bureau fédéral de la statistique ne permet pas de distinguer le détaillant du grossiste.

D. Lorsque vous parlez, comme tantôt, des distributeurs, employez-vous ce terme dans le sens de "détaillants", ou de "ceux qui distribuent la marchandise aux détaillants" ? — R. Je ne parle qu'au nom des détaillants.

M. Beaudry :

D. Serait-il possible d'examiner votre mémoire point par point, monsieur Harris ? Nous commencerons par la constatation No 1 à la page 1, soit : "La fixation du prix de revente est un élément stabilisateur de notre économie, c'est la méthode la plus efficace de restreindre les effets antisociaux de la vente d' "articles sacrifiés." Ainsi que M. Dickey l'a signalé dans une question fort pertinente à la suite de votre déclaration verbale ou écrite à l'effet que les marchandises dont le prix est imposé ne constituent qu'une minorité ou une petite partie seulement de l'ensemble des marchandises vendues au détail aujourd'hui, le Comité serait, à mon avis, amené à en déduire que puisqu'il ne s'agit que d'un élément minoritaire d'importance peut-être minime dans le régime d'ensemble du commerce de détail, vous êtes enclins, messieurs, à faire trop ressortir, voire à exagérer la question de la fixation des prix. Serait-il possible d'obtenir de vous ce que M. Dickey a essayé d'apprendre, peut-être sans résultat satisfaisant tant pour lui que pour moi-même. Voici : Peut-on procéder à la ventilation de cette minorité par groupe de façon à pouvoir établir pour certains cas particuliers, que ce qui semble constituer une minorité par rapport à l'ensemble du commerce, forme peut-être, pour un certain groupe de détaillants, la plus grande partie de leurs marchandises. — R. Je suis d'accord avec vous, monsieur Beaudry, et je me permets de revenir sur ma proposition antérieure tendant à ce que le Bureau fédéral de la statistique procède à une enquête à cette fin.

D. En d'autres termes, tout en constituant une minorité, ou plutôt une question touchant un petit groupe de marchandises de certaines industries, il s'agit peut-être d'un problème qui intéresse, disons, l'existence même de l'industrie ou si vous vouliez pousser les choses jusque-là, d'un certain groupe d'industries. — R. Je prendrais comme exemple le marchand qui ne vendrait que des pommes de terre et celui qui ferait le négoce d'appareils électriques. La fixation des prix jouerait très différemment chez ces deux détaillants.

D. Vous avez indiqué que nous avions là un élément stabilisateur de notre économie, en donnant des exemples à l'appui ; mais la question se reforme dans notre esprit de savoir comment ce facteur peut avoir une telle importance aux yeux des commerçants qui connaissent sa valeur actuelle et en bénéficient (je crois que nous pouvons le considérer comme un fait acquis) et qui tiennent tant à sa nature stabilisatrice, s'il ne s'agit que d'un tout petit groupe de marchandises. Examinons maintenant la déclaration sur la façon dont se vendent les produits dont le prix est imposé, à la lumière de votre expérience et de celle de vos membres. Je me demande si vous avez bien dit qu'en général ce genre de produits se vendait meilleur marché que

ceux dont le prix n'était pas fixé, ou que la marge de bénéfice du détaillant était alors moins considérable ? — R. Il s'agissait de la marge de bénéfices.

D. D'autres témoins nous ont déclaré que les marchandises dont le prix est imposé se vendent meilleur marché que les autres articles ; je crois que c'est vrai, monsieur le Président. Pourrais-je, par contre, en conclure, ainsi que de votre réponse, que la fixation des marchandises offre à l'ensemble du commerce, du niveau du fabricant à celui du détaillant, une stabilité qui permet à celui-ci de se contenter d'une marge plus faible et qui donne au fabricant un sens de sécurité et de régularité dans sa production, qui n'existe pas lorsqu'il s'agit d'articles dont le prix n'est pas fixé ? Vos réponses me permettent-elles de tirer cette conclusion ? — R. Cette question m'embarrasse beaucoup parce que nous disons toujours aux fabricants qu'ils nous concèdent une marge insuffisante.

D. Je comprends, en effet. Mais je me demande maintenant (et c'est là, à mon avis, un point fort important) si vous ne dites pas, ou plutôt si votre allégation au sujet du rapport MacQuarrie, fondée sur les arguments qu'on nous a fait valoir, ne consiste pas à considérer la fixation des prix comme un élément qui joue dans une grande mesure au détriment du public parce qu'il tend à limiter la concurrence. Tout le monde, je crois, se joindra à vous pour dire que c'est là un des principaux arguments du rapport MacQuarrie. — R. Par exemple !

D. Je ne vous pose aucune question à ce sujet. Vous m'excuserez. D'une part nous concluons de vos réponses que le fabricant qui vend des marchandises dont le prix est imposé, accorde une plus petite marge au détaillant parce qu'il lui donne d'autre part, la garantie de prix stables.

M. THATCHER : En quoi consiste la question, monsieur le Président ?

M. Beaudry :

D. J'y arrive, monsieur Thatcher. Ne devrait-on pas conclure également de vos réponses antérieures, qu'en ce qui concerne les catégories de marchandises dont le prix n'est pas imposé, il y a nécessairement (je me réfère encore à vos réponses), tant au point de vue du détaillant que de celui du fabricant, un élément de risque qui tendrait dans une large mesure à créer le besoin normal d'une marge plus grande pour le fabricant comme pour le commerçant lorsqu'il s'agira de vendre les articles en question ? — R. C'est bien là mon avis !

D. Seriez-vous en mesure de nous indiquer les raisons ou, pour le moins, votre avis, sur la cause de l'absence de prix fixes dans la plupart des cas ? — R. La cause de l'absence de prix fixes ?

D. Je dis : "Dans la plupart des cas" parce que vous avez dit que la fixation des prix ne s'appliquait qu'à un petit nombre de produits. — R. Je puis vous donner plusieurs raisons. La première est la suivante : L'écoulement de marchandises difficiles à vendre et dont le public n'a pas accepté le prix auquel on les lui offrait. A mon avis, vous trouverez que la plupart des magasins considèrent les rabais comme un de leurs principaux problèmes. Les prix sont donc rabaissés afin de liquider la marchandise et de libérer ainsi les capitaux nécessaires à l'achat d'articles qui conviennent mieux au public.

Je regarde ceci comme la principale raison du rabaissement des prix. J'en indiquerais une autre : La nécessité de créer un mouvement de marchandises que certains détaillants, sinon tous, jugent important.

D. D'autres raisons vous viennent-elles à l'esprit ? — R. Oui, la plus courante de toutes : Quelqu'un entre dans un magasin et déclare qu'il peut obtenir la marchandise ailleurs à meilleur compte.

LE PRÉSIDENT : Je me demande s'il y aurait lieu de faire une observation.

LE TÉMOIN : Peut être. Il est possible qu'un client fasse cette déclaration. Le commerçant dira alors : "Je ne puis permettre à mon concurrent de garder cet avantage", et il baissera son prix.

LE PRÉSIDENT : Vous avez exprimé des doutes sur l'opportunité de nommer des marques de commerce devant le Comité. Nous avons, à mon avis, tout intérêt à obtenir des exemples concrets Ne pourriez-vous donc pas prendre une catégorie connue, ainsi qu'un groupe de marchandises moins répandues afin d'illustrer votre exposé ?

LE TÉMOIN : Je ne crois pas qu'il serait équitable de nommer un produit ; mais je mentionnerai certaines catégories.

LE PRÉSIDENT : Si vous preniez comme exemple les savons de Proctor and Gamble ?

LE TÉMOIN : Je n'ai pas la qualité requise pour discuter ces produits.

L'HON M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Puis-je poser une question, monsieur Beaudry ?

M. BEAUDRY : Oui.

L'hon. M. Beaubien (président conjoint) :

D. Dois-je conclure des réponses que vous avez faites à M. Beaudry, que le principe de la fixation des prix consiste à donner au consommateur des marchandises meilleur marché, à un meilleur prix ? — R. Ou des marchandises de meilleure qualité pour le même prix.

D. Non. Le principe de la fixation des prix tel qu'on l'applique aujourd'hui consiste à offrir au consommateur des marchandises à meilleur compte. C'est bien cela ? — R. Parfaitement. Chacun fait un effort. Chaque fabricant, chaque producteur, s'efforce de fournir un meilleur produit à un prix plus acceptable. Quant à moi, je suis d'avis que la fixation des prix permet d'établir et de poursuivre un programme stable que ne permettraient pas d'adopter les variations attribuables à des majorations et des rabais constants des prix.

D. Faut-il en conclure que la méthode de la fixation des prix permet aux détaillants de vendre les marchandises dont le prix est fixé à meilleur compte que d'autres articles dont le prix est libre ? — R. C'est exact.

LE PRÉSIDENT : Messieurs, j'ai là une liste de sept autres membres du Comité qui désirent interroger le témoin. La Chambre s'ajournera probablement au début de cet après-midi. Il vous serait sans doute agréable, d'en finir aujourd'hui avec cet interrogatoire. Le Comité désire-t-il se réunir à nouveau cet après-midi à 3 h. 30 ?

M. BEAUDRY : Monsieur le président, nous avons étudié la question à notre première séance et fini par décider de siéger tous les jours à 10 h. 30 du matin à l'exception du mercredi, alors que la séance devait avoir lieu à 3 h. 30 de l'après-midi. Je suis désolé, mais je n'y puis rien. Je ne pourrai pas assister à la réunion de cet après-midi pour des raisons qu'à mon avis le Comité jugera valables. J'aimerais beaucoup poursuivre cet interrogatoire de M. Harris et de ses associés. J'ai toujours collaboré avec vous.

LE PRÉSIDENT : A mon avis, tous les points de vue sont équitablement représentés dans ce Comité ; étant donné que nous tenons à poursuivre rapidement la discussion, il serait presque inconcevable de faire prévaloir les désirs d'un seul membre.

M. THATCHER : Alors, monsieur le président, j'ajouterai mon objection à celle de M. Beaudry ; je ne vois pas en effet, pourquoi nous devrions pour-

suivre la discussion avec autant de hâte que nous y mettons. Je n'ai encore posé aucune question et j'en ai pour une bonne demi-heure.

M. HEES : Je proposerais de continuer le débat cet après-midi, monsieur le président.

LE PRÉSIDENT : J'en saisirai le Comité.

M. BEAUDRY : En ce qui concerne le règlement, monsieur le président, permettez-moi de dire avant de passer au scrutin, que j'apprécie le fait qu'on ne peut en appeler de votre décision sur un point du règlement ; mais je répèterai ici qu'on avait décidé de se réunir tous les jours à une certaine heure. Je propose donc, étant donné qu'on nous a imposé la stricte discipline de siéger tous les jours, qu'on nous donne un certain délai pour répondre à des obligations comme celles dont je vous ai déjà indiqué la nature. Personnellement, je n'ai manqué à aucune séance du Comité jusqu'ici, et je n'ai pas l'intention de le faire. Toutefois, il y a deux semaines, j'ai eu l'impression de pouvoir compter sur la décision du Comité concernant l'heure de ces séances. Je vous signalerai que je trouve extrêmement difficile de réconcilier ce fait avec votre attitude au sujet de la séance de cet après-midi.

M. THATCHER : Il me semble, monsieur le président, que vous ne pouvez pas convoquer officiellement le Comité à une réunion sans préavis.

LE PRÉSIDENT : Je n'ai pris aucune décision. J'ai demandé au Comité si nous allions continuer ce débat étant donné que ces messieurs sont ici, que la majeure partie des témoignages ont été recueillis et que M. Beaudry a assisté à toutes les séances et a certes mis tout le temps voulu à cet interrogatoire.

M. FULTON : Cette observation est de trop, monsieur le président.

M. BEAUDRY : Si vous me permettez de le dire, je ne vois pas pourquoi je me presserais.

M. MACINNIS : Je suis tout disposé à siéger cet après-midi, mais quant à la motion d'ordre, il me semble que les comités sont régis par le règlement de la Chambre ; c'est pourquoi nous ne pouvons, à mon avis, siéger cet après-midi sans le consentement unanime du Comité.

LE PRÉSIDENT : Alors notre prochaine réunion aura lieu lundi. Le secrétaire du Comité m'informe que l'objection n'est pas motivée.

M. STUART : Je crois que ces messieurs sont venus de loin pour rendre témoignage ici ; or il me semble que si nous nous réunissions pendant une heure cet après-midi, nous pourrions ensuite les libérer.

LE PRÉSIDENT : Quels sont ceux qui sont en faveur de prolonger la séance ? Nous nous sommes réunis à 10 heures et demie ce matin ; nous pourrions maintenant suspendre la séance pour la reprendre à 3 heures et demie cet après-midi afin de continuer à poser des questions à ces messieurs. Quels sont ceux qui s'y opposent ?

Nous nous réunirons à 3 heures et demie.

La séance est suspendue.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

— La séance est reprise à 3 heures et demie.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre, messieurs. M. Beaudry m'a prié de commencer par exposer le point dont il a parlé ce matin. Pendant la suspension de la séance, j'ai consulté le greffier de la Chambre des communes à l'égard de

la motion d'ordre, laquelle, comme le secrétaire du Comité l'a fait observer ce matin, n'était pas motivée. Il s'agissait de savoir si le Comité a le droit de reprendre la séance au cours de l'après-midi. Le greffier m'a signalé que les comités, après s'être réunis le matin, reprennent souvent leurs délibérations l'après-midi et, dans certains cas, le soir. Le Comité espère terminer sa besogne le plus rapidement possible tout en témoignant un peu de considération pour ses témoins que nous pourrons peut-être renvoyer cet après-midi après la séance.

Monsieur Beaudry, veuillez poursuivre votre interrogatoire.

M. Beaudry :

D. Je me reporte à l'article 1er à la première page de votre mémoire. Il y est dit que "la fixation des prix de revente est la méthode la plus efficace en vue de restreindre les effets anti-sociaux de la vente d'articles sacrifiés". Ce matin, vous avez donné trois définitions possibles de l'article sacrifié, c'est-à-dire des définitions émanant de trois groupes de personnes avisées. Dois-je en conclure qu'il est difficile d'établir en quoi consiste un article sacrifié ? — R. C'est exact.

D. Certains témoins ont donné à entendre, si je ne m'abuse, qu'on ne s'opposerait pas à l'abolition de la fixation des prix si la pratique de l'article sacrifié était aussi rendue illégale. Suis-je juste envers le Comité en formulant cette déclaration ?

Le commissaire des enquêtes sur les coalitions a affirmé qu'il est difficile, en vertu de la présente loi, d'établir l'existence d'ententes verticales. Or, si nous avions une loi qui abolirait la fixation des prix ainsi que la pratique de l'article sacrifié, j'aimerais que vous nous disiez, vous appuyant sur votre expérience et l'expérience collective de votre Association, si à votre avis il serait facile de définir l'article sacrifié pour en prouver éventuellement la pratique. — R. A mon avis, ce serait extrêmement difficile. Je crois avoir raison d'affirmer que bien que la chose fasse partie de nos recueils de lois depuis 15 ans ou plus, on n'a jamais intenté un procès en vertu de l'article 498A.

D. Ainsi votre réponse donne à entendre qu'un article sacrifié qui n'en serait pas un aux termes d'au moins une des définitions qu'on en a données, c'est-à-dire un article vendu au détaillant en dessous du prix de revient, mais qui s'en rapprocherait beaucoup, qui ne ferait que tout juste dépasser la limite imposée par le coût réel, serait pour quiconque voudrait s'en servir comme d'un outil, d'un instrument, tout aussi efficace qu'un article sacrifié réel ? — R. Oui, c'est une question de degré. Si on cherchait à déterminer la valeur d'un article sacrifié, ou d'un prétendu article sacrifié, il faudrait savoir quel accueil le public ferait à ce produit à ce moment-là, si le marché est actif ou très alourdi et le prix devrait varier en conséquence, afin d'atteindre le but projeté, c'est-à-dire d'activer la vente.

D. Au sujet des articles sacrifiés, c'est une expression qui revêt de l'importance et qui figure tel quel dans plusieurs mémoires. Or, de part et d'autre, on affirme qu'il est impossible d'établir tous les délits ayant trait à la vente d'articles sacrifiés. On prétend que cela présente presque autant de difficulté que de tenter de déterminer quand un automobiliste enfreint les règlements concernant la vitesse. En effet, on commet effectivement un délit lorsqu'on dépasse cinquante milles à l'heure, mais dans certaines circonstances le délit serait bien plus grave même si on ne dépassait pas 49 milles à l'heure.

L'HON. M. GARSON : J'invoque le Règlement, monsieur le président. Je me demande si le témoin connaît à fond la loi des enquêtes sur les coalitions.

S'il ne la connaît pas à fond, il ne saurait répondre à cette question. Il s'agit de savoir si la loi peut être appliquée.

M. BEAUDRY : Je reconnais mon erreur, monsieur le ministre.

M. MACINNIS : J'invoque le Règlement, monsieur le président. Depuis deux jours, M. Beudry formule des déclarations qui en surface peuvent passer pour des questions. A un moment donné aujourd'hui, il a formulé une de ces déclarations sous forme de question adressée au témoin, après quoi il a ajouté qu'il ne voulait pas obtenir de réponse. En lisant le compte rendu des délibérations, on est porté à croire que ces déclarations sont des questions auxquelles les témoins ont acquiescé. Selon moi, on ne devrait pas agir ainsi.

M. BEAUDRY : Au sujet de votre rappel au Règlement, monsieur MacInnis, je ne crois pas qu'il soit juste de laisser un témoin répondre à une question qui a trait à des déclarations formulées par un autre témoin et que je répète correctement ; il s'agit de questions consignées au compte rendu que le témoin ne connaît pas à fond. Mais elles servent de base à des questions subséquentes.

M. MACINNIS : Faut-il s'attendre, alors, que le témoin réponde à certaines questions et qu'il ne réponde pas à d'autres ? Qui en décidera ?

M. BEAUDRY : Je vais tenir compte de vos observations, monsieur MacInnis.

LE PRÉSIDENT : Le témoin a les aptitudes voulues pour répondre aux questions sans trop d'explications préalables, monsieur Beaudry.

M. Beaudry :

D. J'aborde maintenant l'article 3 de la page 2 "les prix minimums de revente ont aussi tendance à devenir des prix maximums". Le contraire serait-il vrai ? — R. Que les prix maximums tendent à devenir des prix minimums ? Cela n'a pas de sens, n'est-ce pas ?

D. Je parle de prix maximums fixés. — R. Je ne connais pas à fond tous les cas de prix maximums fixés.

D. Voici ce qui me porte à poser cette question : il a été donné à entendre dans certains mémoires que certaines gens qui s'opposent à la fixation des prix de revente ne s'opposeraient pas, cependant, à cet aspect de la fixation des prix de revente qui permettrait au fabricant de fixer un prix maximum seulement. — R. Je reviens à ce que je disais ce matin. Je crois que certains s'opposent à la fixation des prix de revente parce que, de l'avis de certains acheteurs, on ne leur permet pas de jouir d'une marge assez grande. Ils aimeraient obtenir une marge plus considérable, ce qui en pratique signifierait des prix plus élevés. Je crois que cela répond indirectement à votre question.

D. Alors l'acheteur s'opposerait à la fixation des prix de revente parce qu'elle va à l'encontre de ce qu'il considère son intérêt, mais qu'elle est dans l'intérêt du public. — R. Dans l'intérêt du public. Quant aux prix maximums . . .

D. Monsieur Harris, je vais être impoli, mais pas trop souvent, je l'espère. Devant partir tôt, je tâcherai d'abréger mes questions ; vous pourriez peut-être abréger vos réponses. N'est-il pas vrai que la fixation des prix de revente a parfois ou a eu parfois pour effet de maintenir effectivement les prix quand il y a pénurie de certaines denrées ? — R. C'est peut-être vrai, mais je n'en connais pas d'exemple.

D. Eh bien, nous supposons que la fixation des prix de revente n'est mise en vigueur par les fabricants que grâce à l'emploi de sanctions contre ceux qui s'écartent des prix marqués, fixés par le fabricant, qu'il s'agisse de

prix minimums ou maximums, et nous devons prendre pour acquis qu'on impose de telles sanctions. Nous devons supposer qu'elles ont été imposées dans les deux sens. Savez-vous ce qui arrive au détaillant lorsqu'il majore le prix fixé ? — R. A cette question, je puis répondre catégoriquement oui. Je connais personnellement la situation.

D. S'il en est ainsi, l'intervention du fabricant, auprès du détaillant n'est-elle pas avantageuse au consommateur ? — R. Oui.

D. Merci. L'article 5 de la page 2 renferme le passage suivant : "Un examen des marges de bénéfices des détaillants à l'égard des denrées à prix fixes révèle que ces marges ne sont pas du tout exagérées par rapport aux frais ordinaires de vente de produits particuliers". Je suppose que les marges de bénéfices varient selon les produits. — R. En effet.

D. Auriez-vous l'obligeance de nous dire de quels éléments il est tenu compte lorsqu'un marchand ou un fabricant fixe sa marge de bénéfices à l'égard d'un produit ? — R. Volontiers. Voici les principaux éléments. Tout d'abord, il y a le risque. Prenons par exemple, les vêtements confectionnés. Ici, le risque de voir inacceptés les modèles choisis ou de voir la mode changer rapidement est tout différent des risques que comporte la vente des accessoires électriques. Dans ce domaine, étant donné le placement que représentent l'outillage, les matrices, les outils, etc., les prévisions embrasssent une période beaucoup plus longue. Voilà le premier et le plus grand risque. Le deuxième, ce sont les frais de vente. Dans certains rayons, tout se fait au comptoir ; le client se sert lui-même pour ainsi dire. Dans d'autres rayons, la vente exige beaucoup de soins personnels. Un autre élément, c'est l'entretien. Un produit exige-t-il de l'entretien après la vente ? Un autre élément qui ne dépend que de la ligne de conduite du marchand, c'est la liberté qu'il accorde à l'égard des échanges et des remboursements. Tels sont, à mon sens, les principaux éléments.

D. Qu'entend-on ordinairement dans le commerce par le temps que les produits restent en magasin, qu'il s'agisse de marchandises périssables ou non périssables ? — R. En somme, le but que se propose tout détaillant est d'écouler le plus rapidement possible ses produits. s'il place $100 dans des marchandises et qu'il peut renouveler son stock dix fois par année, il est évident que ses bénéfices porteront sur un chiffre d'affaires de $1,000. S'il lui faut une année pour écouler son stock primitif son chiffre d'affaires ne sera que de $100. Donc, moins longtemps les marchandises restent en magasin, plus considérables sont ses bénéfices, à moins qu'il n'intervienne d'autres éléments.

D. Il s'ensuit aussi, à mon avis, que plus les marchandises restent longtemps en magasin, plus les frais du détaillant sont élevés et moins considérables sont les bénéfices ; il faut donc une plus grande marge pour réaliser les mêmes bénéfices ? — R. En effet.

D. Vous représentez un groupe de détaillants qui vendent une grande diversité de marchandises. Pourriez-vous nous dire quel écart existe entre ce que nous pourrions appeler les marges régulières et les plus grandes marges, que vous mentionniez ou non la catégorie de produits ? — R. Sans être trop précis, je crois que, pour ce qui est des cigarettes, la marge est d'environ 10 p. 100 du prix de vente. Quant aux articles tels que les bijoux, la marge est toujours d'environ 45 p. 100.

M. HARKNESS : Du prix de vente ?

LE TÉMOIN : Oui.

M. Beaudry :

D. Ainsi les marges de bénéfices sont fondées partiellement sur la rapidité d'écoulement des marchandises et sur la rapidité avec laquelle le placement rapporte des bénéfices ? — R. Oui, sur les éléments que vous avez mentionnés, monsieur Beaudry.

D. Et dans le cas d'un ou deux articles ne comportant aucun risque, dans le cas des cigarettes . . . — R. Mettons un minimum de risque.

M. FULTON : Monsieur Beaudry, qu'entendez-vous par risque ?

M. BEAUDRY : Nous avons établi ce matin que les marchandises à prix fixés . . . il va falloir que je formule une déclaration, si vous me le permettez, monsieur MacInnis.

M. MACINNIS : Je vous surveille attentivement.

M. BEAUDRY : Pour ce qui est des marchandises à prix fixé, puisque le détaillant sait d'avance la qualité des marchandises qu'il recevra, le prix d'achat et le prix de vente de concurrence, puisqu'il sait qu'il écoulera ses marchandises dans un délai raisonnable, il n'y a presque pas de risque quant au prix et à la perte possible, tandis que, pour ce qui est des marchandises dont le prix n'est pas fixé, le détaillant qui doit commander ou entreposer ses marchandises six, sept ou huit mois avant la date de la vente n'est pas sûr du tout du prix de revente qu'il touchera. Cela crée un élément de risque que le consommateur doit payer sous forme de prime.

M. FULTON : Merci.

M. MACINNIS : Déclaration très précise.

M. BEAUDRY : Elle se fonde sur les faits, monsieur MacInnis.

M. MACINNIS : Le témoin n'a pas répondu cependant.

M. BEAUDRY : Une chose qui intéresse beaucoup le Comité, au sujet de la fixation des prix et de ses effets, c'est qu'on croit assez généralement, — du moins certains groupes, plusieurs groupes peut-être le croient, — que la fixation des prix tendant à supprimer la concurrence est répréhensible. En supprimant la concurrence elle nuit à l'intérêt public.

M. SHAW : Monsieur Beaudry, sur quoi votre affirmation est-elle fondée ? Vous avez dit que c'était là l'avis du Comité ?

M. BEAUDRY : Non, non. Consultez tous les mémoires dont nous sommes saisis.

M. SHAW : Vous n'avez pas dit que cette opinion figure dans les mémoires. Vous nous avez donné l'impression que c'étaient les membres du Comité qui étaient de cet avis.

M. BEAUDRY : Nous pouvons consulter le compte rendu des délibérations pour nous en rendre compte.

LE PRÉSIDENT : Il ne faut pas donner lecture du compte rendu. Vous pouvez, cependant, répéter votre déclaration.

M. Beaudry :

D. Je dis que l'une des principales questions qui préoccupent le Comité, au sujet de la fixation des prix, c'est qu'un certain nombre de gens au pays ou un grand nombre de gens soutiennent que la fixation des prix, telle qu'elle se pratique couramment, élimine la concurrence et que c'est là l'une des nombreuses raisons pour lesquelles la fixation des prix nuit à l'intérêt public. Je tiens à poser cette question : Quelles sanctions, selon vous, le fabricant impo-

serait-il à celui qui violerait la fixation des prix ? Quel genre de sanction imposerait-il ? — R. Le fabricant pourrait demander d'abord au détaillant de rétablir son prix conformément au prix fixé. Le fabricant pourrait aussi acheter les marchandises du détaillant. Le fabricant pourrait en outre se trouver dans l'impossibilité de fournir d'autres approvisionnements au détaillant.

D. Votre dernière affirmation ne reste-t-elle pas au-dessous de la vérité ? — R. J'ignore si je suis allé trop loin ou pas assez loin, mais mon affirmation se fonde sur les faits.

D. Je ne veux rien insinuer, mais ne serait-il pas plus juste de dire que le fabricant pourrait déclarer catégoriquement que, si le détaillant ne vend pas ses marchandises au prix fixé, il ne recevra plus de marchandises ? — R. Je n'ai jamais entendu dire qu'un fabricant ait déclaré cela aussi carrément.

D. Je le comprends bien, mais ne nous chicanons pas sur les mots. Telles sont les sanctions et la dernière est très sévère, qu'elle soit appliquée en termes polis ou autrement. Il me semble qu'elle est très sévère pour le coupable et je dirais qu'elle le supprime du domaine de la concurrence des autres détaillants pour ce qui est des marchandises en cause.

Auriez-vous l'obligeance de me dire si ces mêmes sanctions ne sont pas parfois imposées pour d'autres raisons que le rabais du prix ou la vente à un prix supérieur au prix maximum. Je devrais être plus explicite. A-t-on déjà vu dans le commerce un fabricant ou son agent, l'intermédiaire, refuser de vendre à un détaillant parce que son établissement était insalubre ? — R. C'est possible.

D. Selon vous, cela s'est-il vu ? — R. Je ne saurais répondre à cette question. Je ne connais pas à fond le commerce des produits alimentaires. Je ne suis pas au courant.

D. Vous ne le savez pas ? — R. Non.

D. Est-ce possible qu'un fabricant impose les trois sanctions dont nous avons parlé contre, mettons, un détaillant dont la solvabilité laisse à désirer ? Je parle de motifs plausibles et par le mot "solvabilité" je n'entends pas d'autres échappatoires. — R. Je dis alors que le seul motif est la solvabilité.

D. Durant la période de temps que vous avez consacrée aux affaires, vous a-t-on déjà signalé qu'un fabricant avait imposé des sanctions à un détaillant qu'il considérait comme mauvais vendeur ? — R. Oui, monsieur.

D. Savez-vous si c'est arrivé souvent ? — R. Je ne puis répondre pour tous les fabricants, mais il me semble qu'un fabricant a la responsabilité de trouver des débouchés convenables pour ses produits. S'il considère qu'un débouché n'est pas convenable, il doit nécessairement le remplacer.

D. N'est-il pas exact, monsieur Harris, — je vais poser ma question autrement. L'écoulement de la production n'est-il pas l'un des principaux soucis du fabricant ? — R. Oui, monsieur.

D. S'il en est ainsi, comme vous l'affirmez, n'est-il pas moins un dictateur qu'un homme qui recherche la clientèle ? — R. Je dirais oui.

D. Mais dans sa recherche de la clientèle il subit la concurrence d'autres fabricants, n'est-ce pas ? — R. En effet.

D. Et il en est de même pour tous les fabricants ? — R. De façon générale, oui.

D. De façon générale, oui. Selon vous, les prix fixés diffèrent-ils considérablement entre des articles à peu près semblables ? — R. Pas beaucoup. La concurrence les égalise.

D. Ils ne varient pas beaucoup ? — R. Non.

D. La concurrence les égalise. Selon vous, les marges consenties aux détaillants varient-elles considérablement à l'égard d'articles à peu près identiques. — R. Elles varient très peu.

D. Monsieur le président, puis-je demander un conseil ?

LE PRÉSIDENT : A qui ?

M. BEAUDRY : A vous ou au président conjoint.

L'HON. M. GARSON : Promettez-vous de suivre ce conseil ?

M. BEAUDRY : Oui. Puis-je parler d'un mémoire qui a été présenté hier ?

LE PRÉSIDENT : Je ne vois pas pourquoi vous n'en parleriez pas. Il a été consigné au compte rendu de nos délibérations, mais j'espère que vous indiquerez au témoin de quel mémoire il s'agit.

M. Beaudry :

D. Il s'agit du mémoire présenté par la Canadian Pharmaceutical Association qui est accompagné d'une liste de prix de revente, de formats, d'escomptes, de montants, de pourcentages et de bénéfices. Malheureusement j'ai laissé mes notes dans mon bureau, mais en étudiant ce document, je me suis aperçu que huit genres de crème à barbe, de formats à peu près semblables, avaient des prix de vente différents ; ces écarts variaient entre 34¢ et 73¢, si je m'en souviens bien. De plus, les écarts entre les marges de bénéfices ou les majorations du détaillant, à l'égard de ces huit produits, variaient entre 20¢ et 33¢. Cela ne va-t-il pas un peu à l'encontre de ce que vous avez affirmé tantôt ? — R. Il faudrait que je connaisse les caractéristiques de ces produits. Je puis ajouter, cependant, que moins un produit a de l'attrait, plus le fabricant cherche à se concilier le détaillant en lui accordant une marge de bénéfices plus considérable.

D. Le Comité doit-il en conclure que la concurrence à l'égard des écarts de prix existe réellement dans une large mesure entre les fabricants qui se font concurrence à l'égard du même article ? — R. Oui.

D. Merci. Certains de vos membres vendent-ils des marchandises dont les prix sont fixés par l'autorité provinciale, telles que, par exemple, les produits laitiers ? — R. Oui.

D. Pouvez-vous nous dire pourquoi le prix est fixé au moyen d'une mesure législative dans ces cas ? Je parle des lois provinciales. Si vous n'en connaissez pas à fond les motifs, vous ne saurez répondre, mais si vous les connaissez, nous serions heureux de le savoir.

LE PRÉSIDENT : On devrait certes poser cette question à qui de droit, c'est-à-dire au corps législatif. Ces messieurs ne connaissent que les effets de la mesure législative.

M. Beaudry :

D. Je retire ma question, mais je comprends que certains de vos membres vendent ce genre de marchandises ? — R. Ils vendent des produits alimentaires.

D. Je n'en ai plus que pour trois minutes, monsieur le président.

Je reviens à l'article 1er de la page 8, — la fixation des prix stabilise et fait probablement baisser les prix en supprimant un élément de risque tant pour le fabricant que pour le détaillant, élément qui, comme l'assurance, fait souvent l'objet d'une prime, — dans le cas présent, la majoration des prix. — R. Je ne comprends pas votre question.

D. Je la répète ; veuillez répondre simplement oui ou non.

M. FULTON : Celà dépend de la question, n'est-ce pas ?

LE PRÉSIDENT : Le témoin a le droit de répondre comme bon lui semble ; il peut répondre oui, non ou n'importe quoi.

M. BEAUDRY : Je ne voudrais pas l'en empêcher, mais c'est le genre de réponse que j'aimerais obtenir, mais je n'obtiens pas nécessairement ce que j'aime, monsieur le président.

M. Beaudry :

D. Est-ce vrai, d'après vous, que la fixation des prix stabilise et fait probablement baisser les prix en supprimant un élément de risque et d'incertitude tant pour le fabricant que pour le détaillant, — dans ce cas, le risque à l'égard des prix ? — R. Oui.

M. THATCHER : Comment le prouver ?

M. BEAUDRY : Jusqu'ici, le compte rendu . . .

LE PRÉSIDENT : Vous pourrez poser cette question lorsque viendra votre tour, monsieur Thatcher.

M. THATCHER : Merci, monsieur le président. J'espère que mon tour viendra.

LE PRÉSIDENT : Je l'espère aussi.

M. Beaudry :

D. Au sujet du deuxième point, est-ce vrai que si comparativement à l'ensemble de l'industrie, les marchandises à prix fixé ne représentent qu'une petite fraction de toutes les marchandises, elles en représentent la plus grande partie dans certaines industries et que l'abolition de la fixation des prix pourrait avoir de graves conséquences pour les consommateurs et pour les industries en cause ? — R. Je réponds catégoriquement oui.

D. Au sujet du troisième point. Les prix de revente minimums tendent aussi à devenir des prix maximums. Est-il vrai ou n'est-il pas vrai que les prix de revente fixés sont en somme des prix maximums et qu'ils suppriment efficacement parfois le prétendu mercantilisme ? — R. Ils tendent à devenir des prix maximums.

D. Au sujet du cinquième point . . .

M. THATCHER : Pourriez-vous développer cette affirmation ? Un oui ou un non ne constituent pas des éléments de preuve pour le Comité. J'aimerais que vous donniez des faits à l'appui de ce point.

LE PRÉSIDENT : Même si vous devez prendre le train, je crois qu'il importe que le témoin réponde complètement aux questions qui lui sont posées.

M. BEAUDRY : De fait, monsieur Sinclair, je crois que le témoin a déjà répondu à ces questions d'une autre manière et je ne fais que résumer la question.

M. Beaudry :

D. Vous avez proposé ce matin que ces messieurs donnent un exemple concret et je cherche tout simplement à résumer chacune de leurs réponses. C'est pourquoi je considère chaque point séparément.

Est-ce vrai que les marges de bénéfices des détaillants sont généralement plus faibles, pour ce qui est des marchandises à prix fixés, parce que les ventes se font plus facilement, plus rapidement et plus fréquemment sans qu'il y ait un élément de risque quant au prix ou à la surabondance de marchandises en magasins ? — R. Oui.

LE PRÉSIDENT : Toutes ces questions ont été posées ce matin. Je ne crois pas que vous soyez dans la même position qu'un avocat qui résume les faits à la fin de son plaidoyer, monsieur Beaudry. Il faut témoigner certains égards envers les autres membres du Comité, qui ont des questions à exposer et qui se sont montrés très raisonnables en consentant à attendre leur tour.

M. BEAUDRY : C'était ma dernière question.

LE PRÉSIDENT : Avant que M. MacInnis commence à interroger le témoin, je crois qu'en toute justice je devrais donner lecture d'un télégramme que je viens de recevoir.

> "L'hon. sénateur A. L. Beaubien, M. James Sinclair, député, présidents conjoints, — Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions, Edifices du Parlement, Ottawa.
>
> Le mémoire que vous a présenté aujourd'hui la Fédération canadienne des détaillants n'a pas été présenté à tous les membres du comité exécutif de la Fédération avant de vous être adressé. Ayant pris connaissance de ce mémoire, nous tenons à signaler qu'il ne représente pas les vues de tous les membres, dont plusieurs s'opposent fortement à la fixation des prix.
>
> (*Signature*) M. A. Robinson,
> Représentant de la maison T. Eaton Co. Ltd au Comité exécutif et au conseil d'administration de la Fédération canadienne des détaillants".

Les membres du Comité se rappellent sans doute que notre témoin a signalé ce matin que le mémoire qu'il présentait n'avait pas reçu l'appui unanime de tous les membres de la Fédération.

L'HON. M. GARSON : Un instant. Je crois qu'il importe pour le témoin et pour les membres du Comité de tirer les choses au clair. Le témoin a-t-il dit que tous les membres du comité exécutif ont approuvé le mémoire ? Ce télégramme soutient apparemment le contraire.

LE TÉMOIN : Je ne crois pas avoir dit que tous les membres l'appuient.

L'HON. M. GARSON : C'est ce que j'avais compris, mais de toute façon nous le verrons bien dans le compte rendu de nos délibérations.

LE TÉMOIN : Si j'ai dit cela, j'ai fait erreur.

LE PRÉSIDENT : Monsieur MacInnis ?

M. MacInnis :

D. Il y aura peut-être un peu de chevauchement, mais je n'ai que quelques questions à poser. Qu'on m'arrête si je vais trop loin, car je ne voudrais pas poser des questions inutiles.

Le premier point que vous exposez dans votre mémoire, — et vous dites que c'est un résumé des vues qui ont été exposées en cette circonstance devant le juge MacQuarrie et les membres de son comité, — est le suivant :

> "La fixation des prix de revente est un élément de stabilisation dans notre économie. C'est le moyen le plus efficace de restreindre les effets anti-sociaux de la vente "d'articles sacrifiés".

R. C'est l'un de ses objets. Voici ce qui est arrivé à un produit qui, il y a plusieurs années, était probablement le produit le plus en vogue dans sa catégorie. Comme on n'a pas fait respecter la politique de la fixation des prix, aujourd'hui ce produit ne se vend presque plus, — je ne dirai pas qu'il

ne se vend plus du tout, il se vend encore un peu, mais c'est ce qu'on appelle un article "sous le comptoir" — autrement dit le marchand ne l'expose qu'à la demande des clients ; mais étant donné qu'on en a fait ce que nous appelons un "ballon", il n'a plus d'attrait du tout, du point de vue des bénéfices, pour le détaillant et en conséquence le public a fini par s'en désintéresser. Autrement dit la demande a cessé.

D. Vous avez dit qu'à mesure que la demande diminue, l'article en cause tend à disparaître. Les détaillants ne veulent plus le vendre, l'étaler ou l'exposer à la vue des clients pour en stimuler la vente. — R. C'est partiellement vrai.

D. Alors quelles en sont les raisons si ce n'est là qu'une raison partielle ? — R. La vogue change et la demande aussi.

D. Cela pourrait arriver à tout article, que le prix en soit fixé ou non ; il pourrait cesser d'être en vogue. — R. C'est possible.

D. Et cela ne signifie pas que l'article a cessé d'être en vogue simplement parce que le prix n'en était pas fixé. — R. C'est ce que cela veut dire dans le cas auquel je songe.

D. Vous en êtes sûr ? Se vend-il beaucoup d'articles sacrifiés actuellement ? La pratique en est-elle répandue ? — R. Il faut que je réfléchisse ; cela dépend du domaine dont il s'agit, du magasin et de ce qu'on entend par article sacrifié. Un de mes collègues m'a dit que le ministère du Commerce aux États-Unis cherche depuis six ans à définir l'expression "article sacrifié" mais il n'y a pas réussi. On ne peut guère s'attendre que j'y parvienne.

D. Eh bien, la Congrès des États-Unis pourrait obtenir sa définition s'il consultait les témoins qui ont comparu devant nous car tous, dans leurs mémoires, ont affirmé qu'il s'agissait d'une chose importante, d'une fonction très importante. Si le Congrès a de la difficulté de ce côté-là, nous pourrions lui venir en aide. Vous n'avez pas répondu à cette question, mais d'après vous, la vente d'articles sacrifiés constitue-t-elle une partie importante des ventes à l'heure actuelle ? — R. Elle est importante pour certains genres de magasins.

D. Lesquels ? — R. Je donne un exemple. Les marchands qui sont établis le long de la rue Sherbrooke à Montréal se sont aperçus que les articles sacrifiés ne leur étaient pas de grande utilité. Ils misent plutôt sur la vogue, sur l'exclusivité, et ainsi de suite. D'autre part, pour les marchands de l'est de la ville, la pratique de l'article sacrifié revêt plus d'importance afin d'activer la vente.

D. J'en conviens. S'il y a une aubaine, le public accourt, mais je ne suis pas d'accord avec vous, qui êtes spécialiste en la matière, lorsque vous affirmez, comme vous l'avez fait ce matin que si des marchandises à marque de commerce sont vendues à perte, les ventes diminuent. N'est-ce pas la pratique des fabricants de vendre leurs produits moins cher afin d'habituer les gens à acheter ces produits ? — R. Auriez-vous l'obligeance de répéter votre question ?

D. N'est-il pas vrai que les fabricants vendent parfois leurs marchandises à bas prix afin de faire connaître leurs produits sur le marché et d'habituer les gens à se les procurer et, une fois que le public reconnaît la valeur de ces produits, les fabricants les vendent à des prix normaux ? — R. Oui.

D. C'est vrai. Or, si une telle méthode de vente tend à accroître la vente d'un produit, comment pourrait-elle diminuer advenant que le produit fût sacrifié ? — R. Prenons un autre exemple. Je crois que c'est la manière la

plus simple d'expliquer le cas. Mettons qu'un produit se vende au prix régulier ou prix fixé de $4. Un marchand décide d'en faire un article sacrifié et le vend $2. Il y a donc un écart de $2 entre le prix fixé et le prix de vente. Cela veut dire que la vente de ce produit cessera, non pas entièrement, mais diminuera considérablement dans tous les magasins qui ne vendent pas le produit à ce bas prix. Si tous les marchands le vendent au bas prix, le produit perd de son attrait et les marchands doivent en relever le prix parce qu'ils ne peuvent continuer de vendre à ce prix-là. Ils doivent trouver un autre produit qui leur fera réaliser plus de bénéfices afin d'égaliser leur marge de bénéfices, s'ils désirent rester en affaires.

D. J'avoue que les ventes diminueraient chez les marchands qui ne baisseraient pas leurs prix. Mais je crois que les ventes totales du fabricant ne diminueraient pas nécessairement. — R. Il s'agit ici du détaillant, non pas du fabricant.

D. En effet, mais le fabricant doit approvisionner le détaillant et, si un détaillant vend, mettons, plus de chemises qu'un autre, les ventes du fabricant ne baisseront certes pas, n'est-ce pas ? — R. A mon avis, elles finiraient par diminuer effectivement parce que le produit ne serait plus acceptable aux détaillants en général.

D. A titre d'exemple, mettons que vous ayez l'habitude d'acheter des chemises d'une telle marque qui vous plaît, chemises que vous payez — je n'en ai pas acheté depuis si longtemps que je ne me souviens plus du prix auquel elles se vendent. — R. Qu'il me soit permis de dire que le prix des chemises a monté.

D. Eh bien, mettons $7 ou $8. Je serai plus modeste, mettons un prix conforme à mes moyens : $5. Si vous pouvez obtenir la même chemise d'un autre marchand au prix de $2.50, vous en achèteriez deux ou trois à cause de leur bas prix. Or cette chemise de $2.50 servira les mêmes fins que celle de $5. Alors cesseriez-vous d'acheter cette chemise parce que le prix en aurait été abaissé à $2.50 ? Seriez-vous porté à croire qu'elle aurait perdu de sa valeur ? — R. Non, je ne le crois pas. Mais je crois qu'il serait bien difficile de trouver un marchand qui vendrait les chemises à ce bas prix.

D. Je ne comprends pas ce raisonnement. — R. Puis-je développer ma thèse ?

LE PRÉSIDENT : Bien sûr.

M. MacInnis :

D. Si telle est la réponse, laissons cela de côté. — R. Je veux être compris clairement. Prenons comme exemple une ville où un fabricant de chemises a huit débouchés ; tous des détaillants de bonne réputation. L'un de ces détaillants décide de baisser le prix de ces chemises. Il décide de faire de cette chemise un article sacrifié afin d'attirer la clientèle ; il est disposé de subir une perte à l'égard de cet article, sachant qu'il se rattrapera bien sur d'autres. Or les trois autres détaillants cesseront de vendre cette chemise après quoi notre détaillant sera le seul à la vendre. Mais le fabricant ne sera pas satisfait de cet écoulement de la production, car il n'écoulera pas autant de produits par l'entremise d'un seul détaillant qu'il en écoulerait par l'entremise de quatre. Et, si ses ventes ne sont pas assez nombreuses, son prix de revient montera nécessairement. Ainsi pour cette raison le produit devient moins acceptable aux clients des autres magasins.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Stuart.

M. Stuart :

D. De temps à autre un certain marchand annonce dans les journaux d'Ottawa qu'il vendra 3,000 chemises, mettons, à un escompte de tant. On ne mentionne pas de marque de commerce. L'annonce porte : "Nous ne pouvons pas mentionner de marques de commerce". Comment cela se fait-il, si ça ne vous ennuie pas trop de répondre à cette question ? Je me suis souvent demandé pourquoi on agissait ainsi. — R. Je ne saurais vous renseigner au sujet des magasins d'Ottawa, mais je le puis au sujet de notre propre magasin. Vous demandez comment cela se fait ? Tout d'abord, il s'agit peut-être de marchandises défraîchies ; en deuxième lieu, ce sont peut-être des marchandises qui ne s'écoulent pas rapidement ; troisièmement, ce sont peut-être de vieilles marchandises, si vieilles que les marchands ne seraient pas disposés à les accepter ; quatrièmement, ces marchandises ont peut-être été achetées d'un fabricant à un prix spécial ; et cinquièmement, ce sont peut-être des marchandises laissées pour compte, des marchandises de surproduction.

D. Lorsque les marchandises sont annoncées de cette façon, il s'agirait donc de marchandises dont le prix aurait été fixé par le fabricant. C'est pourquoi elles seraient annoncées de cette façon ? — R. En ne publiant pas le nom du fabricant ?

D. Oui. — R. En effet.

LE PRÉSIDENT : C'est votre tour, M. MacInnis.

M. MacInnis :

D. D'après le deuxième point de votre mémoire, vous dites que la fixation des prix de revente ne vise qu'un petit nombre de produits vendus au détail. Les usines tendent-elles de plus en plus à fixer un prix qu'il faut maintenir ? — R. Il m'est difficile de répondre avec exactitude, car je ne connais pas la question à fond, ne l'ayant jamais étudiée. Mais je puis dire que, bien que nous ayons formulé cette déclaration, je tiens à signaler qu'à l'égard de certaines catégories de marchandises et de certains magasins, vous verrez qu'il s'agit d'une forte proportion des ventes.

D. Vous ne pouvez pas me dire si la pratique se répand, s'il y a plus d'articles à prix fixé aujourd'hui qu'il y a cinq ans ? — R. Je ne saurais répondre à cette question, mais je le pourrais, si vous aviez dit cinquante ans ou même vingt ans.

D. Je songe, mettons, à 1941, il y a dix ans. — R. Non. En 1941 tous les prix étaient fixés par l'État.

D. C'était à la fin de novembre ou de décembre 1941 ; ce n'est pas de ce genre de fixation de prix que nous parlons. — R. Je voulais simplement dire que la fixation n'était pas un élément au cours de la guerre.

D. Il s'agissait alors d'une fixation des prix imposée par une autorité responsable envers la population du pays. Mais la fixation des prix qui nous occupe est imposée par des personnes qui n'ont de responsabilités qu'envers elles-mêmes.

M. FULTON : C'était une mesure fort efficace.

M. MacInnis :

D. Je crois que dans presque tous les mémoires que nous avons reçus; on affirmait que la fixation des prix de revente ne vise qu'un petit nombre d'articles vendus au détail. Est-ce là une excuse pour fixer les prix ? Dit-on cela simplement pour que la fixation des prix soit plus acceptable ? — R.

On a voulu faire ressortir que, parmi toutes les catégories d'articles vendus au détail, il n'y a qu'une faible proportion de tous les articles dont le prix est fixé, mais que dans certaines catégories, les articles à prix fixés sont nombreux. Or vous n'ignorez pas que les confections représentent une très forte proportion des achats. Peu de confections ont des prix fixés car leur vente dépend de la vogue, de l'attrait des articles, des caprices de l'acheteur, si vous voulez. Les confections ne sont en vogue que pour un temps bien limité. On ne les garde que peu de temps en magasin et il se peut que le client qui les porte ne les garde que peu de temps aussi.

Or il faut tenir compte de tous ces éléments. Prenons par exemple l'automobile. Le fabricant doit dresser les plans de son nouveau modèle un an d'avance. Il ne s'agit ici que de conjectures. Il doit s'outiller longtemps d'avance et mettre son produit sur le marché. Il doit être assuré d'un certain marché avant d'établir ses prix. Et il doit établir ses prix avant de recueillir les commandes et, à tout prendre, il doit maintenir ses prix toute l'année. C'est un engagement à long terme, tandis que la fabrication des robes, est un commerce dit de "découpage". La livraison se fait deux jours après la réception des commandes.

D. A l'article 5 de la page 2 de votre mémoire, vous dites que les marges diminuantes causent des inquiétudes surtout aux détaillants. Je cite textuellement :

> L'examen des marges de bénéfices des détaillants à l'égard des articles à prix fixes révèle que ces marges ne sont pas du tout exagérées par rapport aux frais ordinaires de vente de produits particuliers. Au contraire, les détaillants s'inquiètent davantage de ce que les fabricants réduisent leurs marges de bénéfices parce que, pressurés par leurs concurrents, les fournisseurs cherchent à augmenter leurs débouchés en maintenant leurs prix à un niveau raisonnable.

Votre organisme ou vous-même, avez-vous déjà étudié cette question avec les fabricants ? Je parle des marges diminuantes. — R. Non, monsieur. Nous ne sommes pas un organisme commercial.

C'est le détaillant en particulier qui étudierait la question avec le fabricant ? — R. C'est à lui d'en décider. Je parle de la Fédération canadienne des détaillants lorsque je dis cela.

L'hon. M. Garson :

D. L'une de vos associations constituantes s'en chargerait-elle ? — R. Peut-être bien.

D. Oui, je le crois. Mais voulez-vous aller aux renseignements afin de nous renseigner ? — R. Volontiers. Je crois que certaines associations présenteront des mémoires elles-mêmes et il y en sera peut-être question, monsieur.

M. MacInnis :

D. Pour ce qui est de la vente faite de façon ordonnée, vous dites que la fixation des prix de revente la favorise peut-être non seulement parce qu'on est assuré de la qualité et des prix courants mais parce que le client sait qu'il est inutile de s'adresser à plus d'un marchand pour acheter ses produits. Cela signifie donc que la fixation des prix réduit la concurrence ? — R. Non, monsieur. Je ne crois pas qu'on l'ait affirmé.

D. Non, mais si le prix est le même chez tous les détaillants, et il semble bien qu'il en soit ainsi, vous dites que le client n'aurait pas besoin de chercher

de menus avantages à l'égard des prix en s'adressant à plus d'un détaillant, car il n'y aurait pas d'avantages à trouver. Est-ce exact ? Est-ce que j'interprète bien ce poste ? — R. Non, je ne le crois pas. J'emploie un autre exemple. Vous vous souvenez sans doute de l'époque où tout épicier possédait son baril de farine d'avoine. La seule différence qu'il y avait entre les barils portait sur le nombre de charançons qu'ils contenaient. La concurrence ne portait que sur le prix. Le produit était partout le même et un marchand pouvait vendre moins cher que ses concurrents. Aujourd'hui, les céréales qu'on achète tiennent compte du goût, de la présentation attrayante et des préférences des clients. La ménagère qui en achète n'a pas besoin de visiter tous les magasins de la rue pour voir qui a des charançons dans sa farine d'avoine et qui n'en a pas. Elle est sûre que les céréales qu'elle achète n'en contiennent pas et que le produit est très acceptable. Elle en est sûre.

D. Il n'est pas question de charançons dans votre mémoire. C'est pourquoi je n'en ai pas parlé. Mais je crois qu'en réponse à une question posée par M. Jutras, vous avez dit que les marchandises à prix libre comportaient une marge de bénéfices plus considérable que les marchandises à prix fixé. — R. Vous posez cette question ?

D. Oui, avez-vous dit cela ? — R. Est-ce que j'ai dit cela ?

D. Oui. — R. Oui, je l'ai dit.

D. Alors, les marchandises à prix libre comportent-elles pour le détaillant des bénéfices que devraient comporter en toute justice les marchandises à prix fixé ? — R. Je dirais que ces deux genres de marchandises comportent des bénéfices, s'il en est. Mais dans quelle proportion, je l'ignore. Il faudrait faire une étude assez minutieuse d'un rayon de magasin pour obtenir une réponse précise à cette question.

D. Estimez-vous que ce serait une bonne chose si le prix de toutes les marchandises était fixé ? — R. Non, pas du tout.

D. Pourquoi pas ? Si c'est avantageux pour certains articles, pourquoi ne le serait-ce pas pour tous les articles. Vous avez dit ce matin, si je ne m'abuse, que la fixation des prix protège le consommateur. Alors pourquoi ne pas aller jusqu'au bout et dire que la fixation de tous les prix protégerait le consommateur ? — R. Parce que, à l'égard de certains produits, il est impossible de fixer un étalon.

D. On n'établit pas d'étalon à l'égard de ces articles. On n'établit qu'une marque de fabrique. Ce n'est pas un étalon. — R. Une marque de fabrique se rattache à un étalon. Il y a peut-être lieu d'élucider ce point. Mettons qu'il est bien plus difficile d'établir un étalon à l'égard des pommes qu'à l'égard du sucre.

D. Je vois que vous ne connaissez pas les pommes de la Colombie britannique.

M. FULTON : Les gens de la Tree Fruits soutiennent qu'ils ont établi avec assez de succès des catégories d'étalons, qu'ils font respecter grâce à des inspections rigoureuses.

M. MACINNIS : Le témoin a-t-il déjà acheté une boîte de pommes délicieuses de choix provenant de la vallée de l'Okanagan ? Il n'est pas tenu de répondre à cette question.

LE TÉMOIN : Non, nous favorisons la plupart du temps nos produits locaux.

M. MacInnis :

D. Alors votre réponse revient à dire que vous n'aimeriez pas vendre toutes les marchandises à prix fixé ? — R. En effet.

D. Cela limiterait trop la concurrence. Est-ce pour cela ? — R. Non, il serait trop difficile d'identifier et de maintenir les étalons sur lesquels pourraient se fier le consommateur et le détaillant. Par exemple, il est bien plus difficile pour le consommateur d'identifier un produit encombrant comme les clous que les chemises, pour reprendre cet exemple. Je reprends l'exemple des robes. Il est bien plus difficile d'établir un étalon à l'égard des robes qu'à l'égard des chemises.

D. Peut-être bien, mais il est plus facile d'établir des étalons à l'égard des clous qu'à l'égard des chemises ou des vêtements. Je fais parfois des emplettes avec ma femme et elle a de la difficulté à se procurer les produits qu'elle désire, mais je puis demander dans une quincaillerie deux livres de clous de 2½ pouces et je sais exactement ce qu'on me servira.

Je voudrais savoir pourquoi il est avantageux de fixer les prix d'un petit nombre d'articles et non pas de tous les articles. — R. Je ne saurais que répéter ce que j'ai tâché d'expliquer ce matin : dans les cas où les étalons comportent l'usage et l'usure, l'usage et le fonctionnement, la fixation des prix est avantageuse pour le consommateur, le détaillant et le fabricant, pourvu que ces étalons aient été établis et éprouvés depuis longtemps. Dans d'autres domaines, il est plus difficile de l'appliquer. Sous le régime de la concurrence libre, cela se détermine automatiquement.

D. Une dernière question. A la page 4 vous dites :

> Les fabricants qui indiquent des prix de revente pour leurs marchandises se fondent, ce faisant, sur une connaissance profonde des conditions du marché.

Quelle est ici la définition du mot "indiquent" ? — R. Certains fabricants ont l'habitude d'indiquer un prix de détail.

D. Il ne s'agit que d'un prix de détail indiqué ? — R. Je crois que le terme est très modéré.

D. Peu importe s'il est modéré, quel terme emploie-t-on en pratique ? — R. D'ordinaire dans le commerce on dit "prix indiqué".

D. Cela signifie-t-il que c'est à ce prix que l'article doit être vendu ? — R. Oui.

D. Je ne comprenais pas auparavant la signification de ce mot "indiquer".

M. Hees :

D. Monsieur Harris, vous avez dit ce matin et vous l'avez répété tantôt qu'à votre avis les marges de bénéfices à l'égard des articles à prix libres sont généralement plus considérables qu'à l'égard des articles à prix fixe. — R. C'est ce que j'ai constaté.

D. Si vous réussissez à étayer cet avis sur des chiffres, je crois que vous réussirez à faire accepter la pratique de la fixation des prix de revente par les Canadiens en général. Je dis cela parce que les acheteurs s'attendent que le détaillant réalise des bénéfices raisonnables à l'égard des marchandises qu'il vend tout comme le cultivateur et l'industriel s'attendent de réaliser des bénéfices raisonnables à l'égard des produits qu'ils vendent. Je crois que l'on réussit à convaincre les gens que les marges de bénéfices à l'égard des marchandises à prix fixé sont raisonnables et généralement inférieures aux marges de bénéfices à l'égard des marchandises à prix libre, les acheteurs ne s'opposeront pas au principe à la base de la fixation des prix de revente. Monsieur Harris, si vous en avez le temps, pourriez-vous de concert avec vos collègues produire des chiffres à l'appui de cette thèse ? — R. Il me semble que oui. Je ne suis pas autorisé à dire cela, mais je suis passablement convaincu que

le comité exécutif de la Fédération canadienne des détaillants collaborerait à cette tâche. Nous nous efforcerons d'obtenir de nos membres des chiffres comparables en vue de déterminer la ventilation des ventes en choisissant, par exemple, deux rayons où beaucoup d'articles sont vendus à des prix fixés, ce qui, à mon sens, constituerait la meilleure épreuve et s'il est possible d'établir ces chiffres et si nous pouvons conserver le caractère sacré, mettons, des raisons sociales des sociétés en cause. Nous nous faisons une âpre concurrence et les détaillants n'échangent pas de chiffres. Si on désigne les sociétés par les lettres A, B et C, j'ai confiance que nos membres collaboreront en fournissant ces chiffres. Puis-je aller un peu plus loin ? A mon avis, on irait ainsi au fond des choses. Au comité MacQuarrie, on ne nous a pas demandé d'éléments de preuve positifs et je soupçonne que ce Comité n'a pas fondé sa décision sur des éléments de preuve positifs de ce genre, en ce qui concerne les prix fixés.

D. Monsieur Harris, combien de temps faudrait-il pour obtenir ces chiffres ? — R. Il faudrait que je consulte des gens pour m'en assurer. Nous pourrions vous le dire au début de la semaine.

M. THATCHER : Monsieur Hees, me permettriez-vous de formuler une observation ? Monsieur le président, je crois que M. Hees a touché à la principale question et je crois qu'il y aurait lieu d'exposer ce point dans les mémoires que nous demanderons dorénavant afin que, lorsque ces industriels viendront témoigner devant nous, ils puissent nous fournir des chiffres précis. Ce serait bien utile.

M. HEES : Monsieur le président, je crois que c'est le nœud de toute la question. Nous sommes ici pour tâcher de décider si, oui ou non, la fixation des prix de revente est avantageuse pour les Canadiens ; or, ce n'est qu'au moyen de tels chiffres qu'on peut montrer à nos gens si la fixation des prix est avantageuse. A mon avis, tout autre sujet de discussion est inutile. Ce sont les chiffres qui comptent. Ou la fixation des prix de revente leurre les Canadiens, ce qu'on les a portés à croire, ou bien elle est avantageuse pour les consommateurs. S'il en est ainsi, on ne saurait s'opposer à la fixation des prix de revente. Je propose que M. Harris et ses collègues se procurent ces chiffres le plus tôt possible afin de les présenter au Comité car ce n'est qu'à l'aide de ces chiffres que nous pourrons trancher ce point important.

LE PRÉSIDENT : J'admets que ces chiffres seraient utiles, mais nous devons être sûrs de ce que nous obtiendrons. Si la majoration est de 25 p. 100 à l'égard d'un article à prix fixé et de 40 p. 100 à l'égard d'un article de même qualité dont le prix est libre, cela ne signifie pas que le consommateur paiera moins cher cet article. Il me semble que ces chiffres devraient être accompagnés des marques de fabrique car ces dernières, à mon sens, sont très importantes ici. Si les articles sont désignés par les lettres A, B, C et D, nous voudrions savoir de quels articles il s'agit afin d'en connaître la qualité. Je propose donc que nous demandions à la personne qui nous a adressé un télégramme aujourd'hui et qui ne partage pas l'avis des autres détaillants de nous fournir des chiffres semblables.

M. HEES : Nous en sommes tous. Il importe de ne pas passer des jours et des semaines, comme nous l'avons fait, à parler de généralités, mais de faire comparaître devant nous des gens comme la personne qui nous a adressé le télégramme, afin qu'ils nous donnent des chiffres précis. L'éloquence ne prouvera rien ; il nous faut des chiffres positifs. La population, les députés et, je crois, les membres du Comité ne savent pas en quoi consiste la pratique de la fixation des prix de revente. Ce n'est qu'au moyen de chiffres qu'on peut montrer aux gens en quoi elle consiste et ce qu'elle accomplit.

M. FULTON : Puis-je demander à M. Harris de faire tout son possible pour obtenir ces chiffres de maisons renommées, petites ou grandes, qui consentiront à faire connaître leur raison sociale et la marque de fabrique de leurs produits. Voici pourquoi je fais cette proposition. Comme je l'ai dit ce matin, le Comité devrait se procurer des faits et des chiffres ; le Comité a le pouvoir d'assigner des personnes comme témoins et de les contraindre à produire leurs archives. Nous préférons ne pas recourir à ce moyen, mais nous y sommes autorisés afin d'obtenir les renseignements dont nous avons besoin. Nous devrons y recourir à moins qu'on ne nous révèle librement les renseignements ; c'est pourquoi j'ai proposé qu'on tâche d'obtenir ces éléments de preuve de membres qui ne s'opposent pas à ce que leur raison sociale et la marque de fabrique de leurs produits soient révélées.

L'HON. M. LAMBERT : M. Harris ne nous a-t-il pas dit qu'il nous procurerait ce renseignement au début de la semaine ?

LE TÉMOIN : Non, j'ai dit que nous vous ferions savoir au début de la semaine si nous pouvions fournir ce renseignement.

L'HON. M. GARSON : Je crois avec M. Hees que cette comparaison est le noeud de la question mais il se peut qu'en pratique les difficultés soient plus grandes que plusieurs le pensent. Tout d'abord, il faut être absolument certains que les denrées comparées, c'est-à-dire celles dont le prix de revente est fixé et celles dont ce prix n'est pas fixé, sont presque identiques. Il faut comparer des choses comparables. Il faut aussi que les conditions économiques soient les mêmes parce qu'elles influent sur les prix. Vous constaterez, je crois, lorsque vous approfondirez ce point, que la comparaison est plus facile quand les mêmes articles se vendent, — j'ignore s'il en est ainsi au Canada, — dans deux régions assez voisines pour que les conditions économiques soient à peu près les mêmes, sous le régime de la fixation des prix dans un cas et non dans l'autre. Après avoir tenté d'établir cette comparaison sur une assez grande échelle, les États-Unis ont eu beaucoup de difficulté à savoir ce qui en était. La chose serait encore plus difficile au Canada. En effet je crois pouvoir affirmer en toute certitude qu'il est plutôt difficile de trouver chez nous deux endroits qui soient comparables et où la fixation des prix s'applique dans un cas et non dans l'autre. En connaissez-vous, M. Harris ? — R. D'après moi, il suffirait de prendre le cas d'un magasin à rayons qui toucherait une marge de bénéfice de 37½ p. 100 sur la vente de marchandises non assujetties au régime de la fixation du prix de revente et de 35 p. 100 à l'égard des marchandises dont le prix est fixé.

L'HON. M. GARSON : Voilà précisément le point : cette solution est trop simple ; elle pourrait nous mener sur une fausse route. Comme l'a dit le président et comme je le crois moi-même, il ne s'agit pas tant des marges de bénéfices ; le consommateur ne s'en préoccupe guère du moment qu'il en a pour son argent. Ce qu'il importe c'est de savoir si le consommateur paye un dollar à l'égard d'un certain article dont le prix de revente est fixé ou 90¢ ou $1.10 à l'égard du même produit dont le prix de revente n'est pas fixé. La marge de bénéfice ne le préoccupe guère.

M. FULTON : Alors obtenons les prix et non pas seulement les marges de bénéfices.

L'HON. M. GARSON : Oui. Les adversaires de la fixation des prix de revente soutiennent que les prix auront tendance à baisser par suite de la concurrence qui s'exercera quand les prix de revente ne seront plus maintenus. De leur côté, les partisans de la fixation des prix de revente prétendent que les marchandises se vendront meilleur marché grâce à la stabilisation des prix et à l'économie que le fabricant et le distributeur peuvent réaliser sous

ce régime. Je partage entièrement le point de vue de M. Hees : toutes ces considérations d'ordre général, toutes ces déclarations, tous ces exposés ne me convainquent guère. Le témoin est loin de me persuader quand il répond, à une longue question de M. Beaudry, que "ces produits sont meilleur marché". Toutefois, pouvez-vous nous donner la preuve que les mêmes produits, dans des conditions à peu près semblables, se vendent meilleur marché quand le prix de revente en a été fixé que lorsqu'il ne l'est pas ? . . . Voilà la question.

M. HEES : Meilleur marché, ou au même prix, ou pas plus cher.

L'HON. M. GARSON : Ou pas plus cher.

M. HEES : L'un ou l'autre.

LE TÉMOIN : M. le président, on a prétendu que le détaillant réalise sur des articles à prix fixés plus d'argent que sur ceux dont le prix ne l'a pas été. C'est ce que donne à entendre le rapport MacQuarrie.

M. HEES : C'est ce que le public croit.

L'HON. M. GARSON : Je puis dire que le Comité ne tient pas à nuire au détaillant ni à réduire sa marge de bénéfice, mais qu'il aimerait établir un régime grâce auquel le consommateur pourrait retirer les meilleurs avantages possibles, tout en permettant au détaillant de toucher d'aussi bons bénéfices que possible. Je puis dire en toute justice pour le témoin que les données que notre ministère a pu obtenir indiquent que, lorsqu'il est possible d'établir des comparaisons, toutes sont en faveur de la suppression du maintien des prix de revente. D'après ces données, non seulement les consommateurs obtiennent un meilleur marché mais les détaillants eux-mêmes en bénéficient davantage. A moins d'établir une comparaison du même genre, les comparaisons entre les marges de bénéfices ne prouveront pas grand chose.

M. HEES : N'est-il pas alors important que M. Harris et ses associés, qui représentent un grand nombre de détaillants, soient ici afin de plaider la cause de la fixation des prix de revente ? Ils croient que c'est une bonne chose. N'allons pas les soulager d'un grand fardeau en essayant d'exposer pour eux leur point de vue. Je leur conseille de préparer leur cause différemment, avec des faits et des chiffres à l'appui, et de revenir nous les soumettre. Je propose que cette occasion leur soit fournie. M. Harris y a consenti. Qu'il s'occupe maintenant des détails et qu'il cherche à nous convaincre. Ce n'est pas à nous de le faire.

L'HON. M. GARSON : J'y consens mais cela aidera beaucoup M. Harris si nous lui indiquions ce que nous tenons à savoir. Nous ne nous intéressons pas surtout aux marges de bénéfice. En effet, les adversaires de la fixation des prix de revente prétendent qu'en abolisant les méthodes restrictives de tout genre, on suscite la concurrence à partir du fabricant jusqu'au détaillant en passant par le distributeur. Ils soutiennent que les prix baisseront, que la consommation et les chiffres des affaires augmenteront, qu'on aura alors une économie efficace et que tout le monde s'en portera mieux, à tous les échelons. J'exprime ici une opinion personnelle : si le témoin veut bien fournir au Comité des données qui puissent lui être utiles, je lui conseille de nous donner une liste des produits qui, sous le régime de la fixation des prix, ont été vendus à meilleur marché aux consommateurs, dans des conditions à peu près comparables, et moyennant une plus faible marge de bénéfice, ce qui, à mon avis, est moins important que le prix exigé du consommateur.

L'hon. M. Lambert :

D. Je ne veux m'en tenir qu'à ce que vous dites pouvoir faire. Votre association étant un organisme national composé d'unités provinciales, vous

devez en tenir compte. Peuvent-elles vous donner une dizaine d'articles dont le prix est maintenu et, même sur ces dix genres d'articles, nous fournir des exemples qui peuvent ou, du moins, appuient votre prétention que la fixation ds prix de revente n'a pas pour effet de hausser les prix, comme le prétendent les membres de votre association de détaillants ?

Comme votre association, d'après les chiffres que vous nous avez fournis, représente des marchands détaillants qui ont en mains presque 73 p. 100 du volume des affaires, il me semble qu'une déclaration de la part d'une aussi forte proportion de marchands aurait du poids. Le volume des affaires des magasins à succursales et des magasins à rayons est respectivement de 17 et de 10 p. 100 du total. Cette proportion de 73 p. 100 du volume des affaires au Canada suffirait amplement à démontrer l'importance de ce commerce. Mais je ne fais qu'une supposition. — R. Il serait bon que je fasse une mise au point. Notre association représente tous les détaillants. La Fédération canadienne des marchands détaillants représente les magasins à rayons, les magasins à succursales et les détaillants indépendants.

D. Vous les englobez tous ? — R. Mais oui !

D. Les magasins à rayons et les magasins à succursales ? — R. Oui, ils figurent dans la liste de nos membres.

M. THATCHER : Monsieur le président, étant marchand détaillant, je m'oppose à ce que vient de dire le ministre. Il serait, en effet, fort opportun que le Comité sache qu'un magasin peut, sur mille articles, en vendre 900 dont le prix n'est pas fixé, avec un bénéfice de 35 p. 100, tandis que les 100 autres vendus sous le régime de la fixation des prix ne comportent une marge de bénéfice que de 25 p. 100. Cela indique fort clairement que, dans ce commerce, la pratique de la fixation des prix de revente n'entraîne pas nécessairement une hausse des prix de détail. Tout au contraire.

LE PRÉSIDENT : Oui, c'est ce que je pense.

M. THATCHER : Il importe au plus haut point d'avoir un aperçu général des marchandises vendues à prix fixes en regard de celles qui ne le sont pas. Je puis assurer le ministre qu'il serait très facile de se renseigner à ce sujet.

LE PRÉSIDENT : Puis-je prendre la parole ? Nous nous écartons encore une fois du sujet pour exposer deux points de vue différents. Celui que soulève M. Thatcher est important pour ce qui est de la marge de bénéfice. Cependant, nous avons ici, cet après-midi, deux dames qui ne se préoccupent guère de la marge de bénéfice que peut toucher un détaillant. Ce qu'elles veulent, c'est que le coût de la vie baisse et que les marchandises leur coûtent moins cher quand elles vont faire leurs emplettes. Si je ne me trompe, le Comité a été chargé de s'assurer si la fixation des prix de revente contribue à la cherté de la vie.

M. FULTON : Mais vous avez dit tout le contraire, ce matin. N'avez-vous pas dit que le Comité était chargé d'étudier le rapport du comité MacQuarrie.

LE PRÉSIDENT : C'est exact.

M. FULTON : C'est ce que le ministre nous a dit, ce matin. Or vous avancez un autre argument afin de nous empêcher d'obtenir les chiffres que nous désirons. C'est tout le contraire.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre ! M. Fulton.

M. FULTON : C'est tout le contraire.

LE PRÉSIDENT : Je ne m'oppose à ce qu'on demande des chiffres. Nous y tenons mais à condition qu'ils disent quelque chose à la population.

M. THATCHER : Ils nous diraient sûrement quelque chose.

LE PRÉSIDENT : Nous avons concentré notre attention sur le détaillant mais nous avons oublié que c'est le fabricant qui fixe les prix et qu'il ne le fait pas par philanthropie. Il établit son prix initial d'après ses calculs. Il se peut que les chiffres de M. Hees servent fort bien à démontrer que, dans le cas des fabricants, le prix de revente est plus élevé sous le régime de la fixation des prix mais qu'ils pourraient donner une plus faible marge de bénéfice qui rapporterait quand même plus d'argent au détaillant et permettrait au consommateur de payer moins cher.

La proposition que vous avez faite de demander aux fabricants de procurer au Comité les marges de bénéfices imposées aux détaillants sur des articles d'à peu près la même valeur est excellente. Nous devrions demander ce renseignement non seulement au témoin qui — il faut lui en savoir gré, — nous a fait voir de quel côté il se rangeait, mais aussi à un représentant des marchands détaillants qui serait nettement d'avis contraire. Dans le commerce de détail les chiffres ne manquent pas et nous savons que, dans tout domaine où les données abondent, il est très facile d'étayer une thèse. Quand nous aurons tous les chiffres nous serons mieux en mesure de procéder.

Est-ce entendu ?

M. HEES : Pour ma part, j'accepte de tout coeur.

L'HON. M. GARSON : Puis-je dire quelques mots à ce sujet, avant d'en avoir fini ? J'admets avec MM. Hees et Thatcher qu'il n'y a pas de mal à se procurer le tableau comparé des marges de bénéfice mais j'estime que la marge de bénéfice du détaillant n'est qu'un élément du prix que le consommateur doit payer, tandis que ce qui intéresse le consommateur ce sont tous les éléments qui entrent en ligne de compte.

LE PRÉSIDENT : Bravo !

L'HON. M. GARSON : Il se trouve que le mémoire qu'a présenté, hier, l'association des pharmaciens contient une comparaison avec les chiffres compilés aux États-Unis parce que, comme l'a dit le professeur Fuller, qui a vu à la préparation de ce mémoire, il est très difficile d'obtenir des statistiques du même genre au Canada. Le témoin, j'en suis sûr, l'admettra. Voici ce que dit, à la page 21, le rapport complémentaire : "La comparaison faite avec 117 articles portant une marque de fabrique démontre que 35 d'entre eux coûtent à Washington, où n'existe pas de loi sur le commerce loyal, environ un tiers de moins qu'au Maryland où la fixation des prix de revente est légale, tandis que 38 coûtent un quart de moins et 29, un septième de moins."

Il est dit ensuite ceci :

"Cinquante-quatre articles pharmaceutiques coûtent en moyenne, sur la rive gauche du Mississipi, où une loi sur le commerce loyal est en vigueur, 16.2 p. 100 de plus qu'à Saint-Louis, sur la rive droite, où il n'existe pas de loi à cet égard."

Voilà une comparaison qui nous permet d'avoir une juste idée du prix exigé du consommateur. Si celui-ci peut acheter à un prix avantageux, aucun membre du Comité ne tiendra vraiment à savoir si le détaillant touche une marge de bénéfice plus élevée, du moment que le consommateur est bien traité.

Notre intention n'est pas de nuire au commerce de détail ou de gros ni au fabricant ; nous cherchons à établir un mode de vente et de fabrication qui permettra au consommateur de payer un prix raisonnable et qui assurera, en même temps, la prospérité du fabricant, du grossiste et du détaillant.

M. HEES : M. Garson, le Gouvernement se propose de condamner par une loi une pratique qui, de fait, n'est pas préjudiciable aux acheteurs ; du moins on n'a pas encore prouvé le contraire. M. Preston nous a dit, hier, et M. Harris vient d'affirmer que les détaillants acceptent une marge de bénéfice moins forte et M. Harris va nous fournir des chiffres à l'appui de son assertion. Si vous ajoutez que les marges de bénéfice n'ont ancune conséquence dans le commerce de détail parce que celle du fabricant serait peut-être trop forte, c'est alors celui-ci qu'il faut convoquer. Comme M. Fulton l'a proposé, ce matin, faisons une enquête approfondie et procurons-nous tous les faits avant d'adopter une loi dont les conséquences sur le commerce canadien seront considérables. Cherchons à savoir si ce changement est bon ou mauvais. Votre gouvernement propose que nous adoptions cette mesure mais nous ignorons si elle sera salutaire ou néfaste. Voilà le noeud de la question.

L'HON. M. GARSON : J'accepte tout ce que vous avez dit mais je soutiens que la marge de bénéfice seule ne constitue pas nécessairement un argument probant. Ne l'admettez-vous pas ?

M. HEES : Oui. Toutefois, comme M. Fulton l'a proposé ce matin, approfondissons la chose et faisons comparaître les fabricants. Si vous croyez que les détaillants touchent une marge de bénéfice trop faible sur les marchandises dont le prix est fixé et que les fabricants prennent un trop gros bénéfice, faisons comparaître ces derniers. Les marges de bénéfice vont aux fabricants et aux détaillants. Si la marge est moins forte à l'égard de marchandises dont le prix est fixé, je considère que la mesure est alors absurde.

LE PRÉSIDENT : Dans quelques cas, il y a trois marges de bénéfices.

M. HEES : Nous devrions les faire comparaître tous afin d'établir la preuve.

L'HON. M. GARSON : Ce n'est pas nécessaire d'aller bien loin : il suffit tout d'abord qu'un témoin nous démontre que les comparaisons que j'ai faites avec les États-Unis ne tiennent pas.

M. HEES : A mon avis, les données fournies sur les États-Unis ne s'appliquent pas dans notre cas.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre ! C'est au tour de M. MacInnis.

M. MACINNIS : M. le président, sauf erreur, la Commission royale d'enquête sur les prix a fait une enquête très approfondie et établi des comparaisons sur tous les articles dont le prix est fixé, du moins dans quelques genres de commerce.

M. THATCHER : Est-ce bien vrai ?

M. MACINNIS : Un instant, je vous prie. Je crois qu'elle l'a fait ; en tout cas, il est facile de s'en assurer. Je ne vois pas pourquoi nous dépenserions plus d'argent afin d'obtenir des renseignements que nous possédons déjà. Voilà donc les premiers renseignements que nous devrions obtenir. Or, je crois que la Commission royale a fait cette enquête.

M. FULTON : De quelle commission royale parlez-vous ?

M. MACINNIS : La commission Curtis.

M. THATCHER : M. MacInnis a demandé si le Comité avait fait cette enquête. A-t-on répondu à sa question ?

LE PRÉSIDENT : Il a fait rapport sur la fixation des prix de revente.

M. THATCHER : A-t-il cité des chiffres ?

LE PRÉSIDENT : Je vais m'en assurer, puis j'en ferai rapport lundi.

M. DICKEY : Nous avons ce renseignement puisque j'ai remarqué que le ministre a lu des extraits d'un des mémoires qui nous ont été soumis.

LE PRÉSIDENT : Nous reviendrons à ce mémoire, jeudi.

M. FULTON : Il me semble que le Comité devrait s'efforcer d'obtenir les renseignements qu'il a demandés aux détaillants, aux fabricants et des revendeurs. S'il est impossible de les obtenir de bon gré, nous devrions obliger, ces gens, à venir témoigner. Il semble maintenant que personne ne s'oppose à ce que nous obtenions ces renseignements. Si ces témoins peuvent les fournir volontiers et sans retard et nous dire sur quoi ils reposent, afin de pouvoir nous assurer que ces renseignements sont précis et qu'ils peuvent servir de comparaison utile avec le point qu'a soulevé M. Garson, nous devrions les consulter, à condition de les obtenir assez tôt, et peu importe que la Commission royale d'enquête sur les prix les ait reçus ou non. Cela n'augmentera pas nos dépenses ni ne nous donnera un surcroît de travail.

Nous tenons aussi à savoir si l'Association des marchands détaillants peut nous fournir des chiffres qui permettraient au Comité, ou au Bureau fédéral de la statistique de savoir jusqu'à quel point la pratique de la fixation des prix de revente de certains articles influe sur l'indice du coût de la vie. — R. Je doute que nous le puissions, mais je suis sûr que le Bureau fédéral de la statistique pourrait s'en assurer sans peine et nous serions très heureux de collaborer avec lui sur ce point. S'il veut bien nous indiquer quels articles il servent à établir l'indice du coût de la vie, nous lui indiquerons ceux qui sont assujettis au régime de la fixation du prix de revente.

L'HON. M. GARSON : Plus tard, nous entendrons comme témoin un économiste expert en enquêtes sur les coalitions qui nous donnera la proportion estimative des articles assujettis à la fixation des prix de revente. A ce sujet, nous avons cherché à vérifier la justesse de son estimation. Je me demande si le témoin, qui est chef d'un magasin à rayons, peut dire combien il vend d'articles de cette catégorie ?

LE TÉMOIN : Dont le prix est maintenu ?

L'HON. M. GARSON : Oui.

LE TÉMOIN : Je n'en ai aucune idée.

L'HON. M. GARSON : Nous ne pouvons donc qu'établir un chiffre estimatif.

LE TÉMOIN : Comme cela n'est jamais entré en ligne de compte, je ne vois pas comment nous pourrions le savoir. Nous vivons au sein d'une économie libre.

M. FULTON : Votre association ou quelques-uns de vos membres experts en la matière ne seraient-ils pas prêts à faire savoir au Bureau fédéral de la statistique quelles marchandises à prix fixé servent au calcul de l'indice du coût de la vie afin qu'on sache combien de ces articles influent sur le coût de la vie ou, plus exactement, quelle proportion des marchandises à prix fixé qui entre dans ce calcul.

L'HON. M. GARSON : Je pense qu'il serait fort avantageux que vos spécialistes en la matière puissent rencontrer les nôtres afin de se prononcer sur la valeur des méthodes par lesquelles nous sommes arrivés à ce calcul. Nous pourrions vous indiquer comment nous sommes arrivés à cette conclusion et vous pourriez nous répliquer qu'à votre avis, tel ou tel article ne devrait pas entrer en ligne de compte.

LE TÉMOIN : Si cela pouvait se faire.

LE PRÉSIDENT : Nous écrirons à M. Robinson pour lui demander s'il s'oppose à cela. Maintenant, M. Shaw, vous avez la parole.

M. Shaw :

D. Monsieur le président, j'aimerais demander à M. Harris s'il est un des auteurs du mémoire ou s'il a contribué à sa préparation. — R. Non, monsieur.

D. Quelques-uns de vos associés ici présents ont-ils participé à la préparation de votre mémoire ? — R. Non.

D. Je reviens à la vente à perte dont il est fait mention à la page 1. Voici la déclaration catégorique que vous avez faite :

> "C'est la méthode la plus efficace d'enrayer les effets antisociaux de la pratique de la vente à perte."

Vous vous êtes montré fort hésitant quand il s'est agi de définir ce qu'est un "article sacrifié". Or, dans le passage du mémoire que je viens de citer, vous avez dit de façon catégorique que cette pratique est antisociale. Pouvez-vous concilier cette affirmation avec celle que vous avez déjà faite quand vous avez dit qu'il était très difficile de définir cette expression ? Comment pouvez-vous concilier ces deux affirmations ? — R. Je crois l'avoir admis en fournissant un exemple. Si vous vous en souvenez, j'ai cité à M. MacInnis le cas de la vente d'une chemise dont le prix avait été réduit de $4 à $2 et j'ai rappelé les conséquences qui en étaient résultées, tant pour les consommateurs que pour les distributeurs.

D. A propos de votre définition de l'article sacrifié, serait-il juste d'affirmer que vous êtes dans le cas de cet homme qui a eu un cauchemar qu'il lui est impossible de décrire mais qui le met dans un grand état de frayeur ? — R. Comme j'ai cherché à l'expliquer, il a un sens différent selon les personnes.

D. En tout cas, il s'agit ici de votre mémoire. Dans quel sens votre association a-t-elle employé cette expression dans son mémoire ? — R. Vous constaterez que nous avons mis cette expression entre guillemets.

D. Ce qui, évidemment, ne veut pas dire grand'chose. Vous n'avez pas mis de note au bas de la page pour dire que vous ne connaissiez pas le sens de cette expression ou que vous n'en étiez pas sûr. En tout cas, que prétendez-vous dire quand vous affirmez que cela est antisocial ? Est-ce par rapport au fabricant ou au grossiste, ou au revendeur, ou au détaillant ou encore au consommateur ou au public ? Cette pratique est-elle au désavantage de tous ces groupes ? — R. Franchement, oui.

D. Vous avez dit, ce matin, que les pharmaciens étaient affiliés à votre association. Vous les incluez ? — R. Oui.

D. Ils sont inclus ? — R. J'inclus l'Ontario Retail Druggists' Association.

D. Croyez-vous que la suppression des prix fixes de revente poussera les détaillants à recourir presque immédiatement et sur une grande échelle à la pratique de la vente à perte ? — Je le crois.

D. Vraiment ? Cependant, n'avez-vous pas déjà dit que telle n'était pas votre impression ? En tout cas, j'accepte votre réponse. Vous croyez que l'effet serait presque immédiat ? — R. Oui.

D. Alors, vous partagez sur ce point l'avis de la Canadian Pharmaceutical Association ? — Je n'ai pas lu son mémoire.

D. Elle a dit que, d'après elle, telle serait la conséquence. — R. En ce cas, je suis de son avis.

D. Admettez-vous avec elle que cela susciterait la confusion ? Iriez-vous jusqu'à employer cette expression ? — R. Voilà une expression assez

forte qui peut prêter à diverses interprétations. En tout cas, cela causant une profonde perturbation dans le commerce.

D. Vous croyez que cela influerait sur le commerce d'un magasin de détail même s'il ne vendait qu'une faible proportion de marchandises dont le prix est maintenu ? — R. Parlez-vous ici du commerce des produits pharmaceutiques ?

D. Non, du commerce en général. — R. Je m'excuse. Je croyais que vous vouliez parler du mémoire qui a été présenté hier après-midi.

D. Non, je veux parler du commerce de détail en général. — R. Cela varierait selon les genres de commerce.

D. Vous avez dit, en tout cas, que le commerce de détail comprenait une certaine proportion d'articles à prix fixes. N'avez-vous pas donné une moyenne ? — R. Non, je n'ai rien dit à ce sujet.

D. Mais vous avez dit que la Fédération des marchands détaillants du Canada se compose de différentes associations affiliées dont vous nous avez donné la liste et vous avez affirmé que, de concert avec la vôtre, elles étaient toutes opposées à la mesure proposée ? — R. Non.

LE PRÉSIDENT : Non, non !

M. Shaw :

D. Vous rappelez-vous si quelque groupe affilié à votre fédération s'y est opposé catégoriquement ? — R. Non.

D. Quelle est la proportion des détaillants qui s'oppose avec vous au projet de loi ? — R. La grande majorité.

D. De quelle façon en êtes-vous venu à cette conclusion ? — R. D'après ce que nous ont dit nos associés et d'après une enquête faite parmi nos membres.

D. Vous avez entrepris cette enquête à partir du 9 octobre ? — R. Oui.

D. Vous-même ou vos associés ont-ils écrit à chaque détaillant pour lui demander ce qu'il en pensait ? — R. Dans tout le Canada ?

D. Oui. — R. Non.

D. Vos associations affiliées l'ont-elles fait ? — R. Il nous est impossible de dire si elles ont demandé l'avis de tous leurs membres.

D. Alors, comment pouvez-vous affirmer que la grande majorité des marchands détaillants sont de votre avis ? Vous êtes-vous assuré de leur point de vue ? — R. Nous avons présumé que les associations des détaillants sont au courant des opinions de leurs membres dans les différentes branches du commerce et sont autorisées à parler en leur nom. Si elles ne représentent pas ces différents groupes, elles ne devraient pas être leur porte-parole.

D. Pouvez-vous vraiment affirmer que la grande majorité des détaillants s'opposent à la mesure proposée ? Il me semble qu'il est très difficile pour vous de l'opprimer. — R. Nous pouvons, je crois, faire cette affirmation.

D. Sur quoi vous fondez-vous ? — Êtes-vous sûr qu'une enquête complète a été faite ? — R. Je n'en suis pas certain mais nos associés nous ont dit que tel était l'opinion de la majorité de leurs membres et, quant à notre fédération, nous connaissons celle de la majorité de nos membres.

D. Savez-vous, M. Harris, si votre association ou les groupes affiliés ont écrit aux détaillants afin de les inciter à prendre une certaine attitude ? Etes-vous au courant de l'envoi de ces lettres ou de leur teneur ? — R. Oui, une lettre a été adressée.

D. Par votre association ? — R. Oui.

D. Consentiriez-vous à la déposer ? — R. Très volontiers.

D. Pouvez-vous vous procurer une copie des lettres que vos associations affiliées ont adressées aux détaillants ? — R. Il faudrait que je le leur demande.

D. Ma demande est peut-être indiscrète, mais vous dites que vous allez tâcher de vous procurer une copie de ces lettres ? — R. Je vais tâcher de vous être utile autant que faire se peut.

D. Voulez-vous nous dire si l'attitude des détaillants, en s'opposant à la mesure proposée, a été spontanée ou inspirée ? — R. Inspirée par qui ?

D. Soit par l'association que vous représentez, soit par les fabricants. — R. Mais nous sommes des détaillants.

D. En effet. — R. Personne ne nous impose son avis. Est-ce que cette réponse vous satisfait ?

D. Merci beaucoup. Je tiens, toutefois, à vous dire que, comme députés, nous avons reçu des lettres de détaillants particuliers. Or pouvez-vous me dire si votre conseil a écrit à ces détaillants pour leur demander d'agir ainsi ? — R. Oui, c'est ce qu'a fait la Fédération canadienne des marchands détaillants. Mais puis-je ajouter autre chose à ma réponse ?

D. Certainement. — R. Comme les membres du Parlement sont nos représentants élus, nous tenons, chaque fois que l'occasion se présente, à leur faire part de nos sentiments et nous attendons d'eux qu'ils les transmettent à la Chambre des communes.

D. Croyez-vous que le détaillant a une connaissance assez précise et complète de ce qu'est la fixation des prix de revente ? Croyez-vous qu'il la comprend ? — R. Chaque détaillant ?

D. Je veux dire la plupart. — R. Je crois avoir exposé très clairement ce point, ce matin, quand j'ai décrit les différents genres de détaillants, de sorte que vous pouvez tirer vos propres conclusions.

D. Quand, par exemple, un détaillant reçoit une communication dans laquelle l'auteur insinue qu'on le trompe, qu'un grand danger le menace, qu'il va être inondé par les catalogues des comptoirs postaux et que tous les malheurs vont lui arriver ; quand on lui conseille de demander à sa femme, à ses enfants et à tous ceux qu'il peut intéresser de nous inonder de lettres, je suis plutôt porté à croire que le ton de cette lettre l'a tellement effrayé qu'on ne saurait prétendre que la décision qu'il a prise de nous écrire a été spontanée. Je me demande donc si, à titre de membre du Parlement, je dois donner trop de poids à la lettre que j'ai reçue de l'Association des marchands détaillants.

D. Je ne veux pas créer de fausse impression car la lettre dont je veux parler ne vient pas de votre organisme. La lettre que j'ai l'intention de déposer vient d'un fabricant. — R. Nous ne pouvons pas en prendre la responsabilité.

LE PRÉSIDENT : Il serait plutôt injuste d'imposer au témoin cette responsabilité quand cette lettre vient d'un fabricant.

M. SHAW : Je m'excuse.

LE PRÉSIDENT : Je suppose qu'en offrant de déposer les lettres qu'il a lui-même adressées, il s'est rendu au désir du Comité. Nous devrions garder cette lettre jusqu'au retour des porte-parole des pharmaciens.

M. SHAW : C'est mon intention, monsieur le président.

LE PRÉSIDENT : Nous vous la retournerons jeudi.

M. Shaw :

D. Je ne voulais certainement pas créer l'impression que votre organisme avait dressé cette lettre et c'est pourquoi je tiens à avoir une copie des lettres que votre association et celles qui vous sont affiliées ont envoyées aux détaillants. — R. Comme membre du Parlement, vous en avez peut-être reçu une.

LE PRÉSIDENT : Pas celle que vous avez envoyée, mais celle qu'ils ont retournée.

M. SHAW : J'en ai reçu deux ou trois mais je croyais que l'auteur avait commis une méprise quand il les a mises sous enveloppe. Je serai aussi bref que possible, M. Harris.

LE PRÉSIDENT : Comme les témoins aimeraient prendre l'avion qui part à 6 heures ou 6 h. 10, ne pourrions-nous pas les laisser partir à 5 h. 30 ? Vos amis partent-ils avec vous ?

LE TÉMOIN : Je crois que oui.

M. FULTON : Cependant, vous allez revenir. Pourriez-vous répondre par lettre à nos autres demandes de renseignements ?

LE TÉMOIN : Oui.

M. THATCHER : Il s'agit ici d'un organisme très important mais quelques-uns d'entre nous n'ont pas eu l'occasion de poser les questions qu'ils voulaient. Nous devrions donc continuer lundi. J'ai passé ici quatre heures.

LE PRÉSIDENT : Et vous en avez appris beaucoup pendant ces quatre heures.

M. THATCHER : Oui, mais quatre heures c'est long.

M. HARKNESS : Je suis dans le même cas. Hier, je n'ai pas eu l'occasion de poser une seule question et, pourtant, j'ai passé tout l'après-midi ici. Aujourd'hui, je n'ai pas été plus chanceux. Alors, voici ce que je propose : ceux qui désirent poser des questions devraient écrire leur nom sur un bout de papier et le jeter au fond d'un chapeau puis quelqu'un en prendrait un au hasard afin de savoir qui aura la parole.

LE PRÉSIDENT : C'est une bonne idée. J'ai voulu me montrer juste envers tout le monde mais cela m'a valu des critiques.

M. HARKNESS : Je ne dis pas que vous n'avez pas été juste ; je n'ai pas été chanceux, voilà tout.

LE PRÉSIDENT : J'espérais que les membres poseraient une ou deux questions en songeant que d'autres avaient aussi des questions à poser.

M. THATCHER : Ne pourrions-nous pas limiter à une dizaine de minutes le temps alloué à chaque membre pour poser ses questions ?

LE PRÉSIDENT : Dix minutes à chacun, puis la guillotine ! Ce serait une bonne idée.

M. FULTON : Quand pourrons-nous faire revenir ces témoins ?

M. THATCHER : Ne pourrions-nous pas terminer leur interrogatoire lundi ?

LE PRÉSIDENT : Nous avons convoqué pour lundi les fabricants d'appareils électriques, mais nous pourrions peut-être remettre leur comparution à plus tard.

M. SHAW : Puisque les témoins d'aujourd'hui ont fait leurs préparatifs de départ, nous ne devrions pas les retarder.

LE PRÉSIDENT : Il serait très difficile de modifier le programme de lundi. Le témoin peut-il nous dire quel jour lui conviendrait le mieux ?

LE TÉMOIN : Pourriez-vous remettre cela jusqu'à ce que nous puissions obtenir les renseignements que vous avez demandés ? Nous pourrions ainsi faire d'une pierre deux coups.

LE PRÉSIDENT : En remettant le retour des témoins jusqu'à vendredi, ceux-ci auront probablement tout le temps voulu pour se procurer ces renseignements. Nous vous ferons parvenir des exemplaires des procès-verbaux, ce qui vous permettra de les consulter.

M. FULTON : Pourriez-vous nous prévenir par lettre du jour le plus rapproché qui vous conviendrait ?

LE PRÉSIDENT : Fixons provisoirement la date à vendredi. Et maintenant, je tiens à vous remercier car vous avez eu une journée longue et pénible et quelque peu différente de celles que vous consacrez à vos occupations ordinaires.

LE TÉMOIN : Je tiens aussi à vous remercier, monsieur le président, et je remercie également les membres du Comité de nous avoir entendus de façon aussi courtoise ; j'espère que la discussion a été aussi intéressante pour vous qu'elle l'a été pour nous.

LE PRÉSIDENT : Elle l'a certainement été, et merci encore une fois.

Le comité s'ajourne.

APPENDICE A

MÉMOIRE
soumis au
comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions
par
la Fédération canadienne des détaillants

La Fédération canadienne des détaillants a été formée en 1941 afin de servir de lien entre toutes les catégories de détaillants et les organismes de l'État chargés de maintenir une économie stable dans le domaine civil. La Fédération est maintenant le porte-parole officiel du commerce de détail au Canada. Ses membres comprennent les propriétaires de nombreux magasins d'un bout à l'autre du pays et des milliers d'autres détaillants membres d'associations affiliées.

Le 15 septembre 1950, elle a soumis un mémoire au comité chargé de l'étude de la loi des enquêtes sur les coalitions. Ce mémoire qui traitait des questions d'ordre général dont avait été saisi le comité, portait également sur la pratique commerciale courante de la fixation des prix de revente. Il y était dit que, nonobstant une certaine divergence d'opinion chez les détaillants, au sujet du principe de la fixation des prix de revente, la grande majorité des distributeurs croyaient que cette pratique servait non seulement à maintenir une concurrence saine au sein du commerce de détail mais aussi à protéger les intérêts des acheteurs. Voici un sommaire des avis qu'avaient exprimés alors le juge MacQuarrie et ses collègues du comité :

(1) La fixation des prix de revente constitue un élément stabilisateur au sein de notre économie. C'est la méthode la plus efficace d'enrayer les effets antisociaux de la vente "à perte".

(2) La fixation des prix de revente ne s'applique qu'à un petit nombre de produits écoulés par le commerce de détail. Le public est protégé par la réputation des marques de fabrique connues et l'assurance que le détaillant,

avec l'appui du fabricant, aura à coeur de garantir la qualité et l'efficacité de son produit.

(3) Les prix minimums de revente ont aussi tendance à devenir des prix maximums.

(4) Les consommateurs savent qu'ils ne seront pas pressurés par les prix exagérés que peut exiger le monopole dans les secteurs où il s'exerce à l'égard de tel ou tel produit local.

(5) Un examen des marges de bénéfices des détaillants à l'égard des articles à prix fixes révèle que ces marges ne sont pas du tout exagérées par rapport aux frais ordinaires de vente de produits particuliers. Au contraire, les détaillants s'inquiètent davantage de ce que les fabricants réduisent leurs marges de bénéfices parce que, pressés par leurs concurrents, les fournisseurs cherchent à augmenter leurs débouchés en réduisant leurs prix à un niveau raisonnable. S'il y a mévente parce que le fournisseur demande trop cher, le détaillant se tournera vers d'autres produits semblables à prix fixes ou encore s'approvisionnera en marchandises dont il peut fixer les prix à sa guise.

(6) Il est injuste de prétendre que le public tire avantage de l'action de groupements qui visent à trouver des débouchés constants pour les produits primaires tout en affirmant par ailleurs qu'une action semblable, menée dans le domaine du commerce de détail, nuirait à l'intérêt des consommateurs.

(7) Tout fabricant qui, grâce à son génie inventif, à son habileté productive et à une réclame habile, a réussi à créer une demande constante de la part du public et pris l'engagement implicite de maintenir la qualité de son produit, trouve dans la fixation des prix de revente l'assurance que sa réputation ne souffrira pas de la pratique des ventes à perte.

(8) La fixation des prix de revente tend à stabiliser la production.

Les délégués de la Fédération canadienne des détaillants ont comparu devant le comité chargé d'étudier la législation relative aux coalitions afin d'examiner les divers points évoqués dans notre mémoire ; toutefois, elle n'a pas eu l'occasion d'analyser les points de vue des organismes qui s'opposent au principe de la fixation des prix de revente.

Dans son rapport intérimaire, le comité MacQuarrie a posé, en matière de fixation des prix de revente, les critères suivants :

(1) La méthode facilite-t-elle ou entrave-t-elle la concurrence ? Nous estimons qu'il est périlleux d'employer ici tel quel le mot "concurrence", sans en préciser le sens. Il y a certaines formes outrées de concurrence qui peuvent être contraires à l'intérêt public.

Un achat isolé ne peut servir d'unique critère de la valeur intrinsèque du régime de distribution ; ce qui compte vraiment c'est la protection offerte au consommateur permanent. De nos jours, les détaillants écoulent des milliers de produits qui témoignent de nos normes d'existence élevées. Autrefois, lorsque les articles de consommation étaient plus rares, les consommateurs et les détaillants étaient mieux à même de juger de la valeur respective des produits moins nombreux et plus simples qui leur étaient offerts. Aujourd'hui cependant, le consommateur canadien doit, sa vie durant, faire son choix parmi un étalage de marchandises innombrables.

L'organisation systématique de la vente, rendue possible par la fixation des prix de revente, non seulement garantit une qualité toujours égale à l'égard de tous les produits achetés périodiquement, mais encore soulage le chaland de l'ennui d'aller de boutique en boutique en quête d'une légère réduction du prix de tel ou tel produit. Dans les secteurs où ne joue pas la

fixation des prix de revente, certains consommateurs paient un peu plus cher que d'autres le même article. La fixation des prix offre à tous, conformément à nos principes démocratiques, des avantages égaux en matière d'achat. Là où le client n'est pas protégé par des marques de fabrique et où les fabricants ne songent qu'à écouler leurs produits à un prix donné, fût-il inférieur, la qualité peut fléchir ; toutefois, le consommateur ne dispose pas d'un critère simple qui lui permette de découvrir si les avantages qu'on fait luire à ses yeux ne sont pas purement illusoires.

(2) Le Comité affirme par ailleurs que l'impulsion donnée à l'efficacité économique constitue un autre critère de l'excellence de la fixation des prix de revente. Une fois encore, nous nous refusons à juger d'après cette norme unique la valeur du régime de la fixation des prix, tout en reconnaissant qu'elle contribue à galvaniser l'organisation des débouchés. Il faut cependant tenir compte ici d'un élément social plus important. Il convient de souligner que la plupart des articles vendus sous le régime des prix fixes de revente n'accusent, d'une province à l'autre, que de légères variations de prix (ou n'en montrent aucune) pour le même produit. Cela a pour effet important d'égaliser les normes d'existence de tous nos compatriotes d'un bout à l'autre du pays, ce qui serait impossible si la fixation des prix devenait illégale. Les provinces de l'Ouest, ainsi que les provinces Maritimes, bénéficient aujourd'hui des avantages de cette méthode d'établissement des prix.

(3) La fixation des prix de revente a pour effet, dit-on, d'éliminer la concurrence au niveau du commerce de détail. Cela n'est vrai qu'en principe. Les fabricants qui indiquent des prix de revente pour leurs marchandises se fondent, ce faisant, sur une connaissance profonde des conditions du marché. Ils établissent leurs prix après un examen constant et approfondi de l'attitude du public à l'égard des produits offerts au détail. Les fabricants doivent tenir compte, non seulement des produits semblables offerts par d'autres sous le régime des prix fixes de revente, mais encore de tous les articles du même genre qui ne sont pas assujettis à ce régime.

Les marges de bénéfices du détaillant, à l'égard d'articles de genre analogue, offerts à prix fixe par divers fabricants, ne diffèrent pas sensiblement, les fabricants étant au courant des frais qu'entraîne la distribution de ces produits.

Il y a lieu de signaler qu'il existe une différence beaucoup plus marquée entre les marges de bénéfices demandées par le détaillant à l'égard de la vente de marchandises de différent genre, qu'entre les frais de distribution de détaillants qui vendent des produits identiques. Sans doute peut-il y avoir des exceptions, mais la règle s'applique à l'immense majorité des détaillants du Canada.

On a soumis au comité MacQuarrie une thèse d'après laquelle la fixation des prix de revente encourage la réclame coûteuse et inutile. C'est le contraire qui est vrai. Celui qui fait de la réclame à l'échelle nationale pour des marchandises à prix fixes en fait bénéficier tous les détaillants du pays en signalant au grand public les qualités de ses articles. En outre, il offre à chaque détaillant le fruit de son expérience en l'aidant à organiser des étalages-réclames dans sa boutique même. Ainsi le détaillant modeste est armé, comme il ne pourrait l'être autrement, pour soutenir la concurrence de son puissant rival. S'il ne pouvait compter sur une réclame d'envergure nationale, ni sur l'aide de ceux qui organisent la vente sur place, chaque commerçant devrait, pour échapper à la faillite, se charger de sa propre réclame ; dans l'ensemble il trouverait décidément l'opération bien plus coûteuse que sous le régime actuellement en honneur.

En d'autres termes, les frais de distribution seraient plus lourds, si le détaillant particulier avait les moyens de lancer une réclame comparable à celle dont il jouit. Il va sans dire que dans la plupart des cas, il ne pourrait pas le faire et serait d'autant moins en mesure de soutenir la concurrence.

(4) On nous laisse entendre qu'il est établi que la fixation des prix de revente tend à hausser indûment le niveau des marges de bénéfices, de façon à maintenir en affaires le détaillant le moins doué. C'est là une opinion erronée et absolument dénuée de fondement.

Il est évident que le fabricant doit établir son prix de vente et celui du détaillant qui écoule ses articles à un niveau qui lui permettra de toucher les plus forts bénéfices possibles sur le volume total des ventes, plutôt que sur la vente d'un seul de ses produits. Si la marge de bénéfices est exagérée, les prix étant trop élevés, le fabricant sera éliminé d'un secteur du marché par ses concurrents et perdra une bonne partie de son gain. Le détaillant, n'étant pas porté à lui confier ses commandes, s'adressera à qui lui garantira des ventes à un bénéfice raisonnable ; en effet, une marge théorique de bénéfice plus grande sur des marchandises qui ne se vendent pas ne permettra pas au détaillant de faire ses frais.

(5) Une autre thèse soumise au comité veut que le détaillant bien achalandé et qui n'a pas besoin de toucher immédiatement la marge moyenne de bénéfice assurée par le fabricant sur tous les articles à prix fixes, se trouve impuissant à utiliser ses économies en vue d'une réduction des prix. Etant donné que le détaillant vend forcément d'autres produits à prix non fixés, il est parfaitement libre d'en réduire le prix de vente ou d'accorder, si la chose est possible, une valeur de reprise plus élevée à l'égard de l'achat d'articles à prix fixes. S'il veut simplement mettre de côté le fruit de son sens des affaires, le Gouvernement lui en soutirera une bonne moitié sous forme d'impôts.

Le Comité admet n'avoir pas fait porter toute son attention sur les cas particuliers de fixation des prix, ni sur leurs conséquences éventuelles et isolées. D'après lui, si le régime de la fixation des prix de revente ne s'étendait qu'à un nombre restreint de marchandises, le problème ne serait pas assez important pour mériter l'attention du Gouvernement.

Nous estimons que la fixation des prix de revente qui constitue pour la vente méthodique des biens de consommation une formule excellente et conforme à l'intérêt public n'embrasse qu'une partie des articles vendus au détail et n'exerce qu'une influence insignifiante sur l'indice du coût de la vie. La question est donc trop peu importante pour que le Gouvernement s'en mêle.

La législation relative à la fixation des prix de revente ne justifie pas la hâte avec laquelle le rapport intérimaire a été soumis au Parlement. Ces textes ne méritent pas de faire perdre aux membres du Comité un temps précieux, requis pour l'examen du problème infiniment plus sérieux auquel le pays doit faire face.

L'argument avancé par le comité chargé de l'étude de la législation relative aux coalitions pêche par la base. D'après lui, la fixation des prix de revente ne peut être fructueuse que si elle s'accompagne de mesures de cœrcition. Ces mesures (c'est-à-dire, sans doute, le boycottage du détaillant qui persiste à baisser ses prix) constitueraient "un régime de lois appliquées par des particuliers".

Rien ne peut être moins vrai. Le projet de loi même dont le comité favorise l'adoption aboutirait à la suppression des libertés fondamentales dont les particuliers jouissent sous le régime actuel de notre droit statutaire. Sous son égide, les sociétés ou les particuliers n'auraient plus le droit de choisir librement les bénéficiaires de leurs produits ou de leurs services.

Si l'on promulgue une loi obligeant un fournisseur à livrer ses marchandises à un distributeur à qui il ne veut plus avoir affaire, on aboutira à bloquer les débouchés du fabricant ; il se peut qu'il ne puisse plus livrer ses produits à d'autres détaillants quand il le voudrait. Étant donné que la structure du commerce de détail n'est pas statique mais qu'elle s'adapte aux mouvements de population et aux techniques nouvelles de vente, la loi en question ne se bornerait pas à provoquer un accroissement des frais de distribution, mais encore (ce qui est plus grave) empiéterait sans raison sur une de nos libertés fondamentales.

Le comité prétend que la fixation des prix de revente entraîne une hausse générale et indue du niveau des prix. Sans doute est-il impossible de recueillir sur ce point des preuves concluantes ; mais les statistiques connues indiquent que, contrairement aux conclusions du rapport, les marges de bénéfices sur les produits à prix fixes sont inférieures à celles que rapporte la vente des marchandises à prix libres. Ici encore, un marché mieux établi permet au fabricant de profiter des avantages qui découlent d'une production massive. Tout cela contribue à un meilleur rendement économique.

Le terme "maintien", dans l'expression "maintien des prix de revente", est impropre ; il donne à tort l'impression que les prix des articles inclus dans cette catégorie ne subissent que des modifications extrêmement rares. Ce n'est pas le cas. Tout en évitant les écueils de fluctuations quotidiennes, le fabricant doit cependant adapter ses prix selon la demande et le prix de revient, s'il ne veut pas faire faillite. Il ne doit pas permettre aux produits de ses rivaux de l'emporter sur les siens, en prix ni en qualité. Si l'on élimine la concurrence, on voit surgir des monopoles qui tombent alors sous le coup de la loi des enquêtes sur les coalitions.

La fixation des prix de revente a largement contribué à maintenir les petits détaillants du Canada. N'oublions pas que chez nous les problèmes de la livraison sont plus épineux que partout ailleurs. La densité de notre population est inférieure à quatre personnes par mille carré. Si donc nous voulons faire bénéficier tous les Canadiens d'un niveau d'existence toujours plus élevé, il faut que chacun des groupes d'habitants, éparpillés sur toute la superficie de notre sol, puisse compter sur des détaillants capables de les servir.

La fixation des prix de revente ne peut écarter de la banqueroute le commerçant incompétent. En effet, dans la plupart des cas, elle ne s'étend qu'à une fraction minime des marchandises qu'il a en magasin, mais elle permet au détaillant moyen, qui mène bien son commerce, de continuer à bien servir le public.

Le recensement de 1941 a indiqué que le chiffre d'affaires des détaillants indépendants du Canada représentait 70.3 p. 100 du volume total des transactions commerciales du pays. La proportion, dans le cas des magasins à succursales multiples, était de 18.7 p. 100, et dans le cas des magasins à rayons, de 11 p. 100. Pour 1949, les chiffres correspondants cités par le Bureau fédéral de la statistique étaient respectivement de 72.8 p. 100, 17 p. 100 et 10.2 p. 100. D'où il ressort clairement que le petit détaillant de chez nous se maintient fort bien sous le régime de la concurrence. N'allons donc pas lui mettre d'entraves.

La mesure législative proposée par le Comité d'étude de la législation sur les ententes ne ferait que restreindre la concurrence, accroître les frais de distribution et, par-dessus tout, porterait un coup mortel au principe de la liberté qui veut qu'on permette à chacun d'offrir ses produits ou ses services aux personnes de son choix.

Nous prions votre comité de repousser un vœu qui, gros de danger, saperait les fondements mêmes de la démocratie canadienne.

Respectueusement soumis au nom de la FÉDÉRATION CANADIENNE DES DÉTAILLANTS par

le président,
H. G. COLEBROOK.

LE 19 NOVEMBRE, 1951.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature

1951

(seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints:

L'honorable A.-L. Beaudoin, sénateur, M. James Sinclair, député.

Présidents conjoints : L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 6

Séance du LUNDI 26 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS :

M. F. R. Hume, avocat-conseil, et M. B. Napier Simpson, administrateur général de la Canadian Electrical Manufacturers Association.

M. W. C. Kennedy, de Frigidaire Products; M. L. E. Butters, de la Canadian General Electric; M. C. H. McBain, de la Canadian Westinghouse Co., Ltd.; M. C. L. Gulley, de Superior Electrics Ltd.; M. J. R. Longestaff, de Renfrew Electric and Refrigerator Co., représentant tous la Canadian Electrical Manufacturers Association.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE POUR LE GOUVERNEMENT DU CANADA
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1952

PROCÈS-VERBAUX

LE 26 NOVEMBRE 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à dix heures et demie du matin, en la présence des présidents conjoints, l'honorable sénateur A.-L. Beaubien et M. James Sinclair, député; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Golding et Lambert.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fulton, Garson, Harkness, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher et Welbourn.

Egalement présents:

M. F. R. Hume, avocat-conseil de la Canadian Electrical Manufacturers Association, M. B. Napier Simpson, administrateur général de la Canadian Electrical Manufacturers Association, M. W. C. Kennedy, de Frigidaire Products, M. L. E. Butters, de la Canadian General Electric, M. C. H. MacBain, de la Canadian Westinghouse Co. Ltd., M. C. L. Gulley, de Superior Electrics Ltd., M. J. R. Longestaff, de Renfrew Electric & Refrigerator Company, représentant tous la Canadian Electrical Manufacturers Association.

M. Hume est appelé et présente les délégués de la Canadian Electrical Manufacturers Association.

M. Simpson est appelé, dépose au nom de la Canadian Electrical Manufacturers Association, un mémoire qui constitue l'*appendice A* aux procès-verbaux et témoignages d'aujourd'hui; il est ensuite entendu et interrogé au sujet du mémoire.

MM. Butters, Kennedy, MacBain, Gulley et Longestaff sont appelés et interrogés.

M. Fulton propose que le comité du programme et de la procédure agissant de concert avec l'avocat du Comité et le commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions, élabore une série de questions qui seront posées à tous les groupes de fabricants comparaissant devant le comité; et que, dans le cas où les témoins ne voudraient pas dévoiler les noms des fabricants qui fournissent les chiffres, l'avocat du Comité et le commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions tiennent séance avec les témoins pour assurer au Comité que les chiffres fournis sont représentatifs.

Après discussion, la motion est mise aux voix et adoptée.

Il est convenu d'accorder au plus dix minutes à chaque membre pour poser une série de questions.

Les témoins se retirent.

A une heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau le mardi 2 novembre à dix heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,

A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

LE 26 NOVEMBRE 1951

10 heures et demie du matin.

Le PRESIDENT: La séance est ouverte, messieurs.

M. THATCHER: Puis-je poser une ou deux questions avant que vous commenciez, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: J'ai seulement quelques remarques à faire d'abord, si vous me le permettez.

M. THATCHER: Oh, très bien.

Le PRESIDENT: Je signale, en premier lieu, que nous commençons à avoir un dossier passablement volumineux de correspondance et de télégrammes, sans compter les mémoires déposés par les divers groupes. Je pense qu'il serait très utile que le sous-comité du programme se réunisse, non pas immédiatement après la présente séance, mais plus tard cet après-midi, après l'appel de l'ordre du jour, à 3 heures et demie. Nous pourrions alors examiner la correspondance et décider du programme à suivre à compter de maintenant. La plupart des communications me sont adressées personnellement. Je dois ajouter que nous avons aussi reçu du syndicat du blé de la Saskatchewan une résolution que nous pourrions examiner en même temps.

M. CROLL: Ces gens ont perdu samedi, n'est-ce pas?

Le PRESIDENT: Il s'agit ici du syndicat du blé et non de l'équipe.

M. THATCHER: Monsieur le président, à la dernière réunion, nous avons reçu un télégramme de M. M. A. Robinson, je pense. J'ignore quel est son titre exact. Sauf erreur, vous avez dit qu'il représentait la T. Eaton Company. Est-ce exact?

Le PRESIDENT: Non, il est directeur de la Fédération canadienne des détaillants dont les représentants ont témoigné devant le Comité. Il a envoyé un télégramme pour dire que le mémoire n'avait pas été adopté à l'unanimité.

M. THATCHER: Et fait-il partie de la maison Eaton?

Le PRESIDENT: Oui.

M. THATCHER: En est-il directeur?

Le PRESIDENT: Il est un des directeurs de la maison Eaton's; c'est à ce titre qu'il est également membre de la Fédération canadienne des détaillants.

M. THATCHER: Une dernière question, monsieur le président. Pourriez-vous me dire si le Comité a reçu jusqu'ici des télégrammes ou des lettres d'associations de détaillants qui se prononcent en faveur de la suppression de la fixation du prix de revente?

Le PRESIDENT: Pas que je sache. Le secrétaire a un grand nombre de télégrammes; il semble qu'ils proviennent tous de groupes de détaillants, disséminés à travers le pays, dont la plupart appuient les opinions exprimées par M. Harris.

M. THATCHER: Pouvons-nous supposer que la maison Eaton's a été la seule à protester ou à se prononcer en faveur parmi tous les groupes qui nous ont adressé des communications ?

Le PRESIDENT: Je ne l'affirmerais pas. Vous vous en souvenez sans doute, M. Harris a dit qu'il parlait au nom de la majorité des membres de son association, mais non de tous.

Ce matin, nous entendrons des représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association. Cet organisme a présenté un mémoire dont la plupart des membres du Comité ont sans doute pris connaissance. Le mémoire porte la signature de l'administrateur général, M. B. Napier Simpson.

M. F. R. HUME: Monsieur le président, mon nom est F. R. Hume; je suis l'avocat-conseil de la Canadian Electrical Manufacturers' Association. Peut-être devrais-je exposer moi-même la question au Comité.

Le PRESIDENT: Oh, oui.

M. F. R. HUME, avocat-conseil de la Canadian Electrical Manufacturers' Association: J'aimerais moi-même dire quelques mots afin de vous renseigner sur la Canadian Electrical Manufacturers' Association. Il s'agit d'un organisme sans but lucratif, dûment constitué en corporation en vertu d'une charte fédérale. L'administrateur général en est M. B. Napier Simpson qui vous donnera un bref résumé du mémoire et vous expliquera volontiers d'une façon plus circonstanciée la façon de voir de l'Association.

Le mémoire que nous avons présenté au Comité découle de celui que nous avions d'abord présenté au comité MacQuarrie. Je dois signaler au Comité qu'une fois les premiers mémoires rédigés nous en avons envoyé des exemplaires à tous nos membres, il y a environ un an, les invitant à nous faire connaître leur opinion, en déclarant s'ils approuvaient le mémoire ou s'y opposaient. Personne ne nous a dit qu'il s'y opposait. Le conseil d'administration m'a donc prié de vous dire qu'à son avis le mémoire représente l'opinion des membres de l'Association.

Afin d'aider le Comité, l'administrateur général expliquera brièvement le mémoire et il sera à votre disposition si vous désirez l'interroger, mais comme M. Simpson, qui est administrateur général de l'organisme, n'est pas fabricant d'appareils électriques, j'ai le plaisir de vous présenter certains messieurs venus à Ottawa afin de nous aider, advenant le cas où M. Simpson et moi-même ne pourrions répondre aux questions des membres du Comité. Je dois d'abord signaler que ces messieurs sont tous administrateurs de sociétés de fabrication, membres de notre organisme et qu'ils sont ici à titre de membres du comité constitué par la Canadian Electrical Manufacturers' Association. M. W. C. Kennedy est premier vice-président et directeur général des ventes de la Frigidaire Products of Canada Limited; M. L. E. Butters est administrateur de la division des appareils électriques à la Canadian General Electric Limited. Je vous présente maintenant M. C. H. MacBain, qui, jusqu'à ces derniers temps était directeur des ventes de la division des appareils électriques de la Canadian Westinghouse Company Limited; puis, M. C. L. Gulley, président de Superior Electrics Limited, de Pembroke (Ontario) et, enfin, M. J. R. Longstaff, président de Renfrew Electric and Refrigerator Company Limited, de Renfrew (Ontario). Ces messieurs sont disposés à répondre aux questions que vous pourrez adresser à M. Simpson qui, à son titre d'administrateur général de l'Association, ne sera peut-être pas en mesure de répondre; ils ont consenti à lui prêter main-forte.

Sans autre préambule, monsieur le président, je me permets de vous présenter M. B. N. Simpson.

M. B. Napier Simpson, administrateur général de la Canadian Electrical Manufacturers' Association, est appelé:

Le TÉMOIN: Monsieur le président, mesdames et messieurs, je tiens à signaler que notre mémoire est peut-être très incomplet à certains égards, car nous avons dû le rédiger en vitesse afin de vous le présenter à temps. Ce n'est que vendredi qu'on nous a avertis de nous présenter devant le Comité; vous savez dans quelle situation nous nous trouvions à cause de la joute de football et de la fermeture des bureaux le samedi. Je suis venu en automobile et j'ai dû aller chercher la plupart des membres de notre comité qui sont ici aujourd'hui afin de m'assurer qu'ils arriveraient à temps. Je vous prie donc d'excuser les lacunes que vous pourriez constater dans le mémoire.

La Canadian Electrical Manufacturers' Association, organisme sans but lucratif, a été constituée en corporation en 1944 en vertu d'une charte fédérale. Elle comprend environ 145 sociétés-membres de notre industrie, qui représentent environ 90 p. 100 de la valeur en dollars des affaires de l'industrie. Un grand nombre de petites sociétés commerciales ne font pas partie de notre association, mais, pour ce qui est de la valeur en dollars de leurs affaires, elles ne représentent qu'une faible partie de l'industrie. L'industrie même emploie environ 60,000 personnes; si l'on ajoutait à ce chiffre le nombre de personnes qui comptent sur les produits de notre industrie pour gagner leur vie, les distributeurs, les grossistes, les entrepreneurs électriciens et le reste, le chiffre atteindrait environ 200,000.

Inutile d'exposer tous les buts que vise l'industrie, car on les a déjà signalés. Vous remarquerez qu'il s'agit de favoriser la normalisation des appareils électriques. Nous collaborons étroitement avec la Canadian Standards Association qui est un organisme quasi officiel. Vous remarquerez aussi qu'un des buts de l'Association est de permettre aux membres d'exposer leur point de vue aux comités législatifs, aux services et organismes de l'Etat et de collaborer avec eux; c'est pourquoi nous sommes très heureux d'être ici ce matin.

Je tiens, ce matin, à vous signaler un point, monsieur le président. Après la fermeture des bureaux pour l'après-midi, vers 6 heures nous avons reçu un appel téléphonique, — un de mes employés travaillait après les heures, — du secrétaire du Comité, M. Burgess. Il a demandé une liste aussi longue que possible d'articles, indiquant le prix du catalogue, le rabais au distributeur, le prix de détail et le reste. Il voulait aussi obtenir, si possible, une liste comparative d'autres articles non assujétis à la fixation du prix de revente. Il m'a fallu répondre par télégramme que les bureaux étaient fermés le samedi et qu'il était impossible d'obtenir les renseignements demandés et, deuxièmement, que les renseignements ne sont pas disponibles. Je dois dire, monsieur le président, que lors de la création de notre association, le premier principe établi par le bureau de direction a été qu'il ne serait jamais question de prix ni de rabais lors des réunions de l'association. Vous comprenez facilement pourquoi nous avons adopté cette ligne de conduite: parce que ce serait contraire à la loi visant les coalitions. Pour ce motif nous avons toujours interdit toute discussion de cette nature. Je le signale afin de vous indiquer que nous n'avons pas aux bureaux de l'association le genre de liste que vous avez demandée. Je suis directeur de l'association, il est vrai, mais je ne suis aucunement au courant de la ligne de conduite relative aux prix ou aux méthodes de vente de telle ou telle compagnie manufacturière appartenant à notre association. C'est une des raisons pour lesquelles il m'était impossible de vous fournir la liste d'articles que vous avez demandée.

Pour ce qui est du rapport intérimaire (en date du 1er octobre 1951) du comité MacQuarrie, chargé d'enquêter sur la loi relative aux coalitions, nous signalons que les fabricants ne s'intéressent pas directement à la fixation du prix de revente, mais ils se préoccupent du bien-être des distributeurs et des détaillants et désirent assurer le succès d'un régime de vente reconnu par le public depuis de nombreuses années.

1. La plupart des biens de consommation fabriqués par l'industrie des appareils électriques sont de nature très technique et, pour les utiliser avec succès, il faut savoir comment s'en servir et en confier l'entretien à des spécialistes. Comme l'achat de ces articles ne se répète pas souvent, la réputation du fabricant dépend, dans une large mesure, de la durée de service utile qu'ils peuvent donner. Il importe donc que le fabricant trouve des vendeurs compétents et bien outillés, qui resteront en affaires, pour vendre ses produits de façon que le public reçoive la pleine

valeur de son argent. Dans ce cas la valeur ne réside pas uniquement dans le coût initial, mais dans la durée de service satisfaisant qu'on obtient des articles, compte tenu de leur coût initial. C'est faire sans doute un mauvais marché que d'acheter un appareil électrique à bas prix s'il ne donne pas satisfaction ou s'il est impossible d'obtenir les pièces de rechange ou les services nécessaires d'entretien. Ce principe s'applique aussi, dans une moindre mesure, aux pièces et aux services qui ne sont pas facilement disponibles. Pour ce qui est de la vente de ces produits, le marchand qui vend le moins cher n'est pas nécessairement le meilleur, car le public obtient les plus grands avantages de celui qui, vendant à un prix raisonnable, assure le service le plus efficace.

Je m'excuse, monsieur le président, mais il me faut maintenant citer un extrait du mémoire. Je sais que vous avez adopté comme ligne de conduite de ne pas permettre la lecture des mémoires. Pour les fins de mon exposé,il me faudrait me reporter à certaines parties du mémoire, si vous n'y voyez pas d'objection. Il n'est pas nécessaire, je pense, que je m'arrête aux paragraphes 2 à 5. Si vous le voulez bien, je vais lire, entier, le paragraphe 6, qui renferme une comparaison des prix qui vous intéressera sans doute.

6. Les consommateurs n'ont pas souffert des "prix de revente" proposés dans l'industrie des appareils électriques, mais ils en ont sans doute bénéficié, comme le démontrent les exemples suivants que nous ont fournis des sociétés, membres de notre association, qui vendent aujourd'hui des produits comparables à ceux qu'elles vendaient en 1939, mais qu'elles ont améliorés depuis, il va sans dire, quant au modèle, à la commodité et au fonctionnement.

Exemple 1er—société A En 1939, la société A vendait $284.50 une glacière électrique de 6 pieds cubes. En juin 1950, la même glacière se vendait $299.75. Il est intéressant de noter que, sauf la majoration résultant de l'application de la taxe d'accise, le 10 avril 1951, le prix de cette glacière demeure à $299.75, soit une augmentation de $15.25 seulement au cours d'une période de douze ans. Si l'augmentation du prix de cette glacière était proportionnée à la hausse du coût des vivres, elle ne se vendrait pas $299.75 mais $710.40.

Si la hausse était égale à celle du prix des vêtements, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais $608.26.

Si le prix de la glacière se conformait à la hausse de l'indice du prix de la main-d'oeuvre dans l'industrie des appareils électriques, d'après les renseignements fournis par le Bureau fédéral de la Statistique, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais environ $860.

Si le prix avait augmenté en proportion de la hausse du prix des métaux ferreux et non ferreux, d'après les renseignements fournis par le Bureau fédéral de la Statistique, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais environ $680.

Exemple 2—société B En 1939 la société B, membre de notre association, proposait un prix de vente de $319 pour sa glacière de 7.9 pieds cubes; aujourd'hui la même société propose un prix de vente de $399 pour sa glacière de 8 pieds cubes. Cependant, déduction faite du montant de la taxe d'accise imposée en avril 1951, cette glacière se vendrait aujourd'hui $342; comme on le constatera, ce chiffre ne représente qu'une augmentation de 7 p. 100 sur les prix de 1939.

En 1939, cette même société-membre vendait une lessiveuse au prix proposé de $127; aujourd'hui le prix proposé de cette lessiveuse est de $184.50. Toutefois, si l'on soustrait la taxe d'accise spéciale, le prix actuel de la lessiveuse n'est que de $154.50, soit une augmentation de 21.6 p. 100 seulement comparativement au prix de 1939.

Exemple 3—société C En 1939, cette société vendait une lessiveuse au prix proposé de $144.50; aujourd'hui cet appareil se vend $189.50. Cependant, en soustrayant la taxe d'accise spéciale, cette lessiveuse ne se vendrait aujourd'hui que $151.70, soit une augmentation de 26 p. 100 seulement, comme on le remarquera.

M. FULTON: Je me permets de vous demander si vous n'aimeriez pas apporter une correction à votre mémoire? Si je calcule bien, ce chiffre de 26 p. 100 devrait plutôt être d'environ 5½ p. 100, car l'augmentation n'est que de $7 sur $144.50.

Le TEMOIN: J'accepte la rectification.

M. FULTON: C'est à votre avantage, je pense.

Le TEMOIN: L'épreuve a été relue aussi soigneusement que possible, mais comme nous étions pressés de partir, nous n'avons pas eu le temps de vérifier la copie de nouveau.

La compagnie "C" ne peut établir de comparaison précise à l'égard des glacières électriques à cause d'une modification complète des modèles et du volume des appareils. Cependant, se fondant sur l'espace en pieds cubes, cette société signale qu'en 1939 les frais de production et de vente de sa glacière s'établissaient à $40 par pied cube; aujourd'hui, en supprimant les taxes spéciales, les frais de production n'en seraient que de $42.30 par pied cube. L'augmentation des frais de production par pied cube n'est donc que d'environ 5.7 p. 100.

Ce ne sont là que quelques exemples parmi tous ceux que nous pourrions citer, mais nous sommes d'avis qu'ils suffisent car, dans l'ensemble, ils seraient à peu près tous semblables.

En examinant les pourcentages ci-dessus de la hausse des prix, il convient de tenir compte des importantes augmentations qui se sont produites dans les prix de la main-d'œuvre et des matériaux depuis 1939.

La moyenne des salaires hebdomadaires dans l'industrie des biens durables est passée de $24.28 en 1939 à $55.30 en août dernier, soit une augmentation de 127.7 p. 100. Cependant, pour ce qui est de cette industrie, un indice beaucoup plus révélateur est celui qui se fonde sur la moyenne du salaire horaire dans l'industrie des machines et de l'outillage électriques lourds, indice publié par le Bureau fédéral de la Statistique dans "Heures-hommes et salaires horaires". En août 1951, cet indice s'établissait à 286 (1941 = 100), ce qui représente une augmentation de 186 p. 100 sur 1941.

L'indice le plus important pour cette industrie en ce qui concerne les matériaux est l'indice combiné des prix de gros du fer et des métaux non ferreux (Tableau 5 — Prix et indices des prix, Bureau fédéral de la statistique), qui comporte une augmentation de 127.9 p. 100 sur les moyennes de 1935-1939.

Messieurs, si vous examinez les indices dont j'ai parlé, vous constaterez que les chiffres ont à peu près doublé.

Etant donné ces augmentations à l'égard de la main-d'œuvre et des matières premières, il y aurait lieu de comparer les réalisations tout à fait méconnues de l'industrie des produits électriques, en vue de maintenir les prix au plus bas niveau possible, avec celles d'autres industries où "la fixation du prix de revente" n'entre pas en ligne de compte. Les vêtements et les vivres nous en fournissent deux bons exemples; si l'on compare, sous forme de pourcentage, les prix de ces industries avec ceux de 1939, l'indice s'établit à 213.8 et 249.7 p. 100 respectivement, d'après les chiffres fournis par le Bureau fédéral de la Statistique, le 1er octobre 1951.

A notre avis, ces exemples constituent la meilleure réponse précise que notre association puisse donner à la très importante question que pose le comité Mac-

Quarrie dans son rapport intérimaire, en parlant des normes d'après lesquelles il convient de juger la valeur du "maintien du prix de revente". Voici la question:

> Encourage-t-il l'efficacité du régime économique en fournissant au consommateur les biens et les services qu'il désire aux prix les moins élevés possibles ?

Nous sommes aussi d'avis que ces exemples démontrent amplement que la "fixation du prix de revente" ne nuit pas à l'efficacité économique comme le prétend le comité MacQuarrie dans son rapport intérimaire.

7. Lorsque les prix baissent, la publication d'une liste de prix de revente proposés par le fabricant empêche les vendeurs de continuer à vendre les produits aux consommateurs aux prix plus élevés qui avaient cours antérieurement.

8. Le prix du produit d'un fabricant en particulier pourrait varier selon les localités; selon qu'il y aurait plus d'un commerçant qui vende les produits de ce fabricant. Dans les petites agglomérations où il n'y a qu'un seul vendeur, les prix tendraient à atteindre un niveau plus élevé que dans les grandes villes où il y a plusieurs commerçants.

9. Les grands magasins à rayons et à succursales ont le droit absolu de déterminer le "prix de revente" de leurs propres marques. Les petits commerçants ont le même droit à l'égard des marques nationales. Il serait très injuste que les réductions de prix ne visent que les produits vendus par les commerçants dont le chiffre d'affaires est déjà trop faible pour leur permettre d'avoir leurs propres marques. S'ils peuvent faire concurrence avec succès aux marques particulières des magasins à rayons et à succursales c'est sans doute que les "prix de revente" des marques nationales ne sont pas trop élevés.

10. La "fixation du prix de revente" tend à éviter les hausses et les baisses dans le régime économique en général; elle évite le renvoi d'employés et stabilise le niveau de l'emploi. Si l'on pouvait réglementer les hausses et les baisses économiques on n'aurait pas à craindre les crises.

11. Notre association partage l'opinion, exprimée par le comité MacQuarrie dans son rapport intérimaire en date du 1er octobre 1951, à l'égard des ventes à perte; elle est aussi d'avis que la "fixation du prix de revente" constitue la méthode la plus efficace, sinon la seule, d'éviter cet abus.

Je me permets de citer le dernier paragraphe de la conclusion générale du rapport MacQuarrie:

> Quant à la pratique des "ventes à perte", le Comité estime qu'il s'agit d'une pratique monopolisatrice qui ne favorise pas le bien-être général; aussi la considère-t-il comme incompatible avec l'intérêt public. Toutefois, nous ne croyons pas qu'elle représente un danger immédiat. Les réductions de prix excessives ne sont guère probables dans une période d'inflation et de rareté relative.

Je m'oppose à l'expression "rareté relative".

Depuis l'application, en avril dernier, de taxes d'accise qui ont grandement accru le prix que doit payer le consommateur, l'industrie des appareils électriques décline graduellement. L'embauchage a fléchi de moitié, comparativement à la même époque l'an dernier. La production, qui n'est que de 40 p. 100 de ce qu'elle était l'an dernier, n'atteint ce chiffre que parce que les fabricants s'efforcent de leur mieux de maintenir le niveau d'emploi, car les ventes au détail dans l'industrie des appareils électriques n'atteignent que 25 p. 100 environ de leur niveau antérieur. Je m'oppose donc fortement à l'affirmation que renferme le dernier paragraphe du rapport. Si vous me le permettez je vais citer de nouveau un extrait de notre mémoire.

12. Comme la plus grande partie du rapport intérimaire du comité MacQuarrie vise surtout les produits techniques et les biens durables du genre de ceux que fabriquent les membres de notre association, il importe d'exposer au Comité mixte les problèmes particuliers que suscitent la fabrication et la distribution de produits de cette nature.

Les produits qu'on appelle "techniques" sont, pour la plupart, des produits dont les acheteurs éventuels peuvent différer l'achat pendant une période indéfinie. Par conséquent, la demande relative à ce genre de produits varie énormément au cours d'un cycle commercial. Lorsque les affaires sont bonnes et que les espérances du consommateur augmentent, ou qu'une pénurie ou une taxe spéciale s'annonce, la demande à l'égard de ces produits s'accroît beaucoup plus rapidement qu'à l'égard des autres produits dont le consommateur ne peut remettre l'achat à plus tard. Quand le revenu du consommateur diminue, ou lorsqu'on s'attend à une diminution de revenu ou lorsqu'il se produit une forte augmentation d'impôts, la demande à l'égard des produits dont on peut différer l'achat fléchit énormément, comme je viens de l'expliquer.

La demande relative aux matières premières, à la main-d'œuvre et aux capitaux servant à la production de ces articles est donc assujétie à des variations importantes et soudaines. Il importe aussi de se rappeler que l'aptitude à fabriquer des produits dont on peu différer l'achat est souvent au-dessous de la demande réelle; d'autre part, lorsque le marché est défavorable, comme en ce moment, l'aptitude à produire ces articles est sensiblement supérieure à la demande.

Si ces fluctuations sont parfois très marquées elles ne sont cependant pas inusitées. En 1949, l'industrie a été aux prises avec une régression d'importance secondaire, mais celle qui sévit présentement prend des proportions beaucoup plus graves. Entre ces périodes de régression, comme on l'a signalé plus tôt, surviennent des périodes de grande prospérité qui s'accompagnent de pénuries. Dans ces conditions il est évident que la "fixation du prix de revente" protège les consommateurs, grâce à l'annonce, par tout le pays, de prix établis. Si important que soit cet avantage pour le consommateur, il n'est que secondaire si on le compare à l'avantage encore plus grand qui découle du fait que le fabricant est contraint de maintenir un haut niveau d'efficacité s'il tient à rester en affaires. Nous avons démontré cette grande efficacité dans le mémoire en signalant que le prix des denrées assujéties à la fixation du prix de revente avait moins augmenté par rapport à celui des autres denrées et services.

Tout ce qui précède vous est présenté à la suite d'une étude effectuée avec soin par un comité spécial désigné par le Conseil d'administration. Nous avons abordé la question avec l'espoir que les renseignements que renferme le mémoire pourront vous aider à résoudre le problème que vous étudiez; nous souhaitons aussi qu'ils vous aideront à élaborer une mesure législative qui agréera aux consommateurs et à l'ensemble de l'industrie.

Je vous remercie.

Le PRESIDENT: Merci, monsieur Simpson. M. Favreau, un de nos avocats-conseils, commencera l'interrogatoire.

M. Favreau:

D. Vous avez dit que votre association a été constituée en 1944 en vertu d'une charte fédérale. Pourriez-vous me dire si elle comprend exclusivement des fabricants? — R. En effet. Doit être fabricant celui qui désire en faire partie. Nous n'acceptons les demandes d'affiliation que des fabricants.

D. Vous dites également que ces fabricants ont la haute main sur environ les neuf-dixièmes des ventes globales d'articles vendus par votre industrie ? — R. C'est à peu près exact.

D. Combien de fabricants effectuent l'autre dixième ? — R. Voulez-vous en savoir le nombre ?

D. Oui. — R. On peut facilement obtenir le renseignement du Bureau fédéral de la Statistique. Je n'ai pas le chiffre sous la main, mais je pense qu'il dépasse 300.

D. Alors cette industrie comprend environ 450 fabricants ? — R. Non, le chiffre fourni par le Bureau fédéral de la Statistique vise le nombre global de fabricants d'appareils électriques.

D. Alors il s'agirait d'environ 150 fabricants ? — R. Oui. Comme je l'ai signalé, il s'agit de petites entreprises dont le volume des ventes, en dollars, est plutôt faible, comme vous pouvez le constater d'après les chiffres.

D. Quelle sorte de données statistiques votre association établit-elle à l'égard de l'industrie en général ? — R. Nous n'avons pas de données générales. Nous n'avons aucun programme établi à l'égard des données statistiques. Notre association commerciale se divise en un grand nombre de sections et de comités au sein desquels les fabricants se font représenter lorsqu'on étudie des problèmes portant sur l'uniformisation et d'autres. Il se peut que certaines sections, comme celle des transformateurs, des moteurs, des générateurs, des appareils domestiques, des appareils de réfrigération et autres obtiennent, par l'entremise de l'association, des données statistiques mensuelles, afin de se tenir au courant du nombre des ventes qu'effectue l'industrie, et non pas de leur valeur en dollars, afin d'être en mesure d'élaborer leurs plans pour l'année suivante ou de se rendre compte si les fabricants obtiennent une partie raisonnable du commerce, et ainsi de suite. Nous n'obtenons ces données qu'à la demande des diverses sections qui en ont besoin pour leur propre gouverne. Elles ne peuvent être obtenues que par les compagnies qui font partie de cette section.

Le PRESIDENT: Comme vous avez une bonne voix forte, vous pouvez vous asseoir.

Le TEMOIN: Merci.

M. Favreau:

D. Vous venez de parler du nombre d'unités; avez-vous des chiffres indiquant le nombre d'unités vendues chaque année de 1939 à 1950 ? — R. On peut se procurer ces renseignements du Bureau fédéral de la Statistique qui enquête sur les diverses industries.

D. Pourriez-vous indiquer au Comité le plus exactement possible les différentes catégories ou les divers groupes d'articles que fabriquent ces manufacturiers canadiens d'appareils électriques ? — R. Vous me demandez là, monsieur, une liste de 5,000 ou 6,000 articles.

D. Je veux dire d'une façon générale. Vous avez, par exemple, le groupe des glacières et celui des poêles électriques. — R. Nous préférons les appeler cuisinières. Il est difficile de répondre à la question. Je puis vous indiquer les diverses sortes de glacières, de lessiveuses, de grille-pain, grille-sandwichs...

M. CROLL: Plus lentement, s'il vous plaît; il faut prendre note de ces choses. Auriez-vous l'obligeance de recommencer ?

M. FULTON: S'il y en a une centaine, il vaudrait peut-être mieux en déposer la liste.

Le PRESIDENT: Si j'ai bien saisi la question, il s'agit d'indiquer les divers groupes de produits que fabrique l'industrie, n'est-ce pas ?

M. FULTON: Oui.

Le TEMOIN: Si je disais "appareils", je pourrais inclure tous les genres d'articles d'usage domestique, depuis les glacières et les aspirateurs jusqu'aux rasoirs électriques. Il y aurait vingt ou trente articles, je pense, les fers automatiques, les fers non automatiques et une foule d'autres articles.

M. Thatcher:

D. Ces articles représentent-ils le gros du commerce de l'industrie ? — R. Oh, non. Je signale, par votre entremise monsieur le président, que la valeur des ventes en dollars des appareils électriques ne représente, — et ce n'est qu'une approximation, — que 15 ou 20 p. 100 de l'ensemble du commerce de l'industrie électrique au Canada. Le volume le plus important des ventes se rapporte, il va sans dire, aux articles utilisés à l'égard de l'énergie électrique, comme les transformateurs, les générateurs, les interrupteurs et les autres dispositifs de cette nature, qui n'ont rien à voir à la question que vous discutez, car ils sont habituellement fabriqués d'après des devis spéciaux, pour une compagnie en particulier, qui désire les utiliser à une fin spéciale.

L'hon. M. Garson:

D. Fabriqués sur commande ? — R. Oui, c'est exact. Comme vous le savez l'industrie compte des sociétés spécialisées dans ce genre de travail qui s'étend à toute la gamme des dispositifs en question. D'autres compagnies affiliées à notre association ne fabriquent que des appareils; bon nombre d'entre elles ne sont pas très importantes. Je tiens à souligner de nouveau que notre industrie a été très sévèrement atteinte depuis le mois d'avril dernier par l'application de la taxe d'accise et le reste; il en est résulté une diminution de l'embauchage.

M. Croll:

D. Vous insistez beaucoup sur la taxe d'accise. Les restrictions visant le crédit n'atteignent-elles pas les compagnies importantes, qui constituent les neuf-dixièmes de l'industrie ? — R. Seulement en ce qui concerne les gros appareils. Il va sans dire qu'elles influent sur toutes les ventes, mais lorsqu'on ajoute une taxe d'accise de 15 p. 100 sur les glacières, les cuisinières ou les lessiveuses, l'augmentation du prix, en dollars, est appréciable. Notre industrie est très exposée, car chaque fois que le gouvernement désire augmenter les taxes il s'en prend aux appareils électriques, aux appareils domestiques, comme les fers, les grille-pain et le reste, qui sont frappés d'une taxe d'accise de 25 p. 100. Si cette taxe représente une partie importante du prix de vente et porte les gens à restreindre leurs achats, l'augmentation en dollars n'est pas aussi élevée que celle qui résulte d'une taxe de 15 p. 100 visant un article de $300.

Le PRESIDENT: Je pense qu'il serait préférable de laisser l'avocat-conseil terminer son interrogatoire. Pendant ce temps, les membres du Comité pourraient prendre des notes afin d'interroger le témoin plus tard.

M. Favreau:

D. Dans ce domaine, quelle serait à peu près la proportion d'articles fabriqués sur commande ? — R. Je crains fort de ne pouvoir répondre à la question, étant donné le peu de renseignements à ma disposition.

D. Au bas de la page 2 et au haut de la page 3 de votre mémoire vous dites que l'entretien est l'un des facteurs ou des éléments dont il faut tenir compte pour motiver la fixation du prix de revente. Pourriez-vous nous expliquer plus à fond cette affirmation et nous indiquer de quelle façon et dans quelle mesure les services

d'entretien entrent en ligne de compte pour ce qui est du principe de la fixation du prix de revente ? — R. Si vous me le permettez, je vais demander à M. Butters de répondre à la question.

Le PRESIDENT: Vous pouvez demander à l'un des autres membres de votre délégation de répondre, chaque fois que la chose vous plaira. Je vous demande seulement de nous signaler leur nom afin que nous puissions le consigner clairement au compte rendu.

M. HUME: Je vais m'assurer que le sténographe a compris le nom. Il s'agit de M. L. E. Butters.

M. BUTTERS: Les services d'entretien d'un gros appareil constituent une partie importante de la vente. Dans la plupart des cas, une glacière est garantie pour un an; si elle fait défaut pendant cette période on peut la faire réparer. La qualité ou le succès des services d'entretien fournis par un vendeur sont très importants. Le fait qu'il doit rester en affaires afin de s'acquitter de l'obligation qu'il assume lorsqu'il vend une glacière a aussi son importance. La vente initiale, lorsqu'il s'agit d'un gros appareil n'est qu'une étape de la vente en ce qui concerne la satisfaction à donner au public ou au consommateur.

M. THATCHER: Mais comment serait-il dégagé de cette responsabilité la fixation du prix de revente fût-elle interdite ?

M. BUTTERS: Les meilleurs commerçants, qui ont une excellente idée de leurs frais d'exploitation, ne seraient peut-être pas atteints sérieusement. Cela suffit-il ?

M. FAVREAU: Je poursuis la question de la responsabilité à l'égard des services d'entretien de ces appareils. Cette responsabilité incombe-t-elle au fabricant ou au détaillant ?

M. BUTTERS: Le commerçant, le vendeur qui détient l'agence, assume le gros de la responsabilité, mais les fabricants jouissant d'une bonne réputation s'en portent garant si le vendeur faillit à la tâche.

M. FAVREAU: En règle générale, ce n'est pas l'habitude d'imputer en fin de compte au fabricant les frais d'entretien encourus par le vendeur ?

M. BUTTERS: Non. On en tient effectivement compte dans le prix de vente initial, dans la marge de bénéfice du vendeur. L'entretien est inclus dans le coût initial; s'il survient quelque chose qui empêche le vendeur de s'acquitter de ses responsabilités, le fabricant voit à l'exécution de la garantie.

M. FAVREAU: Avez-vous des chiffres indiquant, en pourcentage, la proportion des frais d'entretien assumés par un vendeur, c'est-à-dire par rapport au prix de vente?

M. BUTTERS: Nous avons des chiffres relatifs aux frais encourus par le fabricant, mais je n'ai pas sous la main, en ce moment du moins, des données s'appliquant aussi au détaillant. Cela nécessiterait une longue étude. Cependant, nous avons une idée de ces frais et de temps à autre nous nous renseignons sur la situation à cet égard.

Il va sans dire, en ce qui concerne ce genre d'ententes, que le fabricant s'efforce toujours de produire une glacière qui n'aura pas besoin de réparations une fois vendue. Ces frais varient donc d'année en année.

Le renseignement est disponible; on peut certes l'obtenir après quelques recherches. Bien que je sois délégué, je n'ai peut-être pas tous les renseignements que vous pouvez désirer. Mais si ces données pouvaient être utiles au Comité, je pourrais m'efforcer de les obtenir et je serais heureux de vous les fournir, à titre confidentiel, en les obtenant de la compagnie.

M. FAVREAU: Vous venez de dire, je pense, que les frais d'entretien diminuent d'une année à l'autre, à mesure que s'accroissent la qualité du produit et l'expérience du fabricant ?

M. BUTTERS: Oui, règle générale.

M. THATCHER: Avant que M. Favreau passe à autre chose, je voudrais souligner un point. Je ne comprends pas très bien et M. Butters peut sans doute me renseigner sur ce point, comment les services d'entretien pourraient être moins efficaces si l'on supprimait la fixation du prix de revente.

Le PRESIDENT: Attendons à plus tard. Vous êtes cinquième sur la liste. Vous pourrez alors poser votre question.

M. FULTON: Je pense que la question peut attendre à plus tard.

Le PRESIDENT: Nous demandons d'abord à l'avocat-conseil d'interroger le témoin afin, notamment, de permettre de soulever les principales questions qui intéressent les membres du Comité, les questions sur lesquelles ils pourraient vouloir obtenir de plus amples renseignements. Je ne pense pas qu'il convienne de permettre aux membres d'interrompre l'avocat-consil lorsqu'il interroge les témoins. Vous êtes cinquième sur la liste, monsieur Thatcher. Vous pourriez peut-être attendre votre tour pour poser vos questions.

M. FAVREAU: Pour en revenir aux fabricants qui ne font pas partie de votre association, — il y en a 150 environ, — pourriez-vous me dire si ces gens s'intéressent plus à la fabrication d'appareils qu'à la fabrication de dispositifs ?

Le TEMOIN: Je ne voudrais pas me prononcer sur la question. Je ne possède aucune donnée pouvant m'indiquer le pourcentage de l'une ou de l'autre catégorie.

De fait, ils n'occupent pas une place importante dans l'industrie, car ce sont de petits fabricants, comme vous pouvez le constater d'après la valeur de leurs ventes, en dollars. Après la guerre et durant la période de pénurie, comme la demande insatisfaite des consommateurs était forte, un grand nombre de petites entreprises se sont mises à fabriquer des appareils domestiques à bon marché, des grille-pain ou des fers de très mauvaise qualité et d'autres petits articles servant surtout dans l'industrie de la construction d'habitation. Nous devons certes en tenir compte, car ils font partie de l'industrie, mais ils n'en constituent pas un élément important.

M. FAVREAU: Connaissez-vous des vendeurs qui s'occupent effectivement du commerce des appareils électriques ?

M. HUME: Voulez-vous parler des commerçants ?

M. FAVREAU: Non, des fabricants.

Le TÉMOIN: Je ne saurais répondre à la question.

M. FAVREAU: Je signale, en toute justice pour votre groupe, qu'il semble y avoir contradiction, bien que je puisse me tromper, entre le principe énoncé à la page 5 de votre mémoire...

Le PRESIDENT: Page 5 ?

M. Favreau:

D. Page 5, — où vous dites que la fixation du prix de revente favoriserait ou permettrait la stabilisation de l'industrie et du marché, et votre autre affirmation, à la page 6, au sujet des fluctuations du marché à diverses époques, — par exemple les régressions de 1949 et 1951. Pourriez-vous nous fournir plus de précisions à ce sujet afin de concilier les deux points si possible ? — R. Je ne comprends pas très bien votre question.

D. A la page 5 ? — R. Quel paragraphe ?

D. Le deuxième paragraphe au bas de la page. Vous dites: "La fixation du prix de revente tend à éviter les hausses et les baisses dans le régime économique en général; elle évite le renvoi d'employés et stabilise le niveau de l'emploi."

A la page 6 vous dites: "... surviennent des périodes de grande prospérité" et des périodes de régression.

Les deux affirmations semblent contradictoires, du moins à prime abord, mais, comme je l'ai dit, elles ne le sont sans doute pas puisque vous les formulez dans le même mémoire. Pourriez-vous expliquer au Comité comment vous pouvez les concilier ? — R. Je ne pense pas qu'on doive interpréter de façon très différente les deux affirmations. L'intention est la même dans les deux cas, mais on peut s'exprimer de façon différente. Je signale, cependant, que si les produits de l'industrie étaient assujétis à la loi de l'offre et de la demande, ce que nous affirmons dans ce paragraphe serait parfaitement vrai. Toutefois, si le gouvernement insiste, au cours d'une période comme celle-ci, pour imposer un relèvement de la taxe de vente et de la taxe d'accise à l'égard de ces articles, de manière à modifier le jeu de la loi de l'offre et de la demande, alors nos affirmations sont fondées.

M. THATCHER: Monsieur le président, avez-vous compris cela ?

M. FAVREAU: Alors vous établiriez une distinction entre les périodes normales et celles où dans l'intérêt public, il y a lieu d'imposer certaines restrictions au crédit ?

M. LONGESTAFF: Nous n'approuvons pas la façon injuste dont les impôts sont appliqués et supprimés.

Le PRÉSIDENT: Si un témoin désire prendre la parole, il devrait se nommer afin que nous puissions l'interroger.

M. Favreau:

D. Au début de vos remarques, vous avez dit que votre association ne possède pas ou ne conserve pas de renseignements au sujet des prix exigés par ses membres ? — Est-ce exact ? — R. Oui, c'est juste.

D. Comment expliquez-vous les chiffres et les renseignements donnés aux pages 3 et 4 au sujet des sociétés A, B et C ? Ces chiffres ne sont-ils pas tirés de vos dossiers ? — R. Non. Quand le Comité nous a demandé de présenter un mémoire, notre conseil d'administration a constitué un comité. N'oubliez pas que dans une association commerciale il nous est impossible, en raison des frais élevés qui en résulteraient, d'embaucher un personnel suffisant pour fournir tous les renseignements que pourraient demander le Gouvernement, les députés et autres au sujet de certaines questions. Quand un problème comme celui-ci surgit, grâce à la collaboration des sociétés-membres de l'association, nous pouvons constituer des comités composés de personnes au courant de la question qui fait l'objet de la discussion. C'est ainsi que nous avons procédé à l'égard du présent mémoire. Certaines sociétés-membres qui faisaient partie du comité ont bien voulu, à ma demande, fournir les exemples qui servent de comparaison. En d'autres termes, je me suis efforcé de démontrer dans le mémoire, que le pourcentage d'augmentation de prix à l'égard des articles assujétis à la fixation du prix de revente était inférieur à celui des articles que j'ai cités aux fins de comparaison, à savoir les aliments, la main-d'œuvre, les matières premières et le reste. Je n'avais pas ces renseignements dans mes dossiers. Nous n'avons ni catalogues ni listes des prix au bureau de l'association.

D. Si la chose plaît au Comité, je me demande si, pour notre gouverne, les représentants de certaines importantes sociétés ou d'importants fabricants de produits divers bien connus verraient quelque objections à nous indiquer certains prix, par exemple, le prix du fabricant, le prix du grossiste, le prix du détaillant.

L'hon. M. BEAUBIEN: Et le prix au consommateur ?

M. FAVREAU: Oui, et le prix au consommateur.

Le TÉMOIN: Je pense qu'on n'aurait pas dû poser cette question car elle est tout à fait hors de cause.

Le PRÉSIDENT: Je pense qu'il appartient au président de décider si une question est pertinente ou non. Le Comité a les pouvoirs nécessaires pour assigner toute personne comme témoin afin d'obtenir les renseignements désirés, tout comme un véritable tribunal. Si, pour des raisons personnelles, vous préférez ne pas répondre à la question, c'est une autre affaire.

Le TÉMOIN: Je m'excuse de mes remarques au sujet du manque d'à-propos de la question. Cependant, je désire signaler que ces messieurs m'ont été adjoints à titre de conseillers afin qu'ils puissent répondre aux questions au mieux de leur connaissance. Toutefois, la fixation des prix relève de chaque compagnie en particulier. Nous pouvons difficilement demander à ces gens, bien qu'ils soient ce que nous pourrions appeler des concurrents amicaux, de révéler au Comité leur prix coûtant et la remise qu'ils accordent à l'intermédiaire, au détaillant et le reste. Ces chiffres sont leur propriété personnelle.

Si le Comité l'exige, je suis certain qu'ils voudront bien collaborer en fournissant les données au bureau de notre association qui pourrait vous les transmettre à titre confidentiel; cependant, comme ils se font amicalement concurrence, vous pouvez difficilement leur demander de révéler des renseignements confidentiels propres à leurs sociétés.

M. STUART: Puis-je signaler...

Le PRÉSIDENT: Un instant, monsieur Stuart.

Nous avons déjà obtenu des renseignements de ce genre des pharmaciens, par exemple. Comme l'a signalé l'autre jour M. Hees, le Comité ne pourra examiner les faits à moins d'obtenir les chiffres nécessaires. Je comprends qu'à votre titre d'administrateur de l'association vous avez demandé à ces messieurs d'agir comme conseillers et qu'il leur répugne de dévoiler la ligne de conduite de leur compagnie en matière de prix. Cependant, le Comité a le droit et le pouvoir d'assigner n'importe laquelle de ces compagnies comme témoin. J'ai pensé que l'industrie pourrait plus commodément nous fournir les renseignements par l'entremise de l'association; sinon, il nous aurait fallu choisir une ou deux compagnies. Je tiens à préciser, cependant, que le Comité peut obtenir tous les renseignements qu'il désire.

M. HUME: Pendant la discussion, j'ai consulté MM. Butters et Kennedy, qui sont le plus près de moi. Tous les deux m'affirment qu'ils fourniraient volontiers les renseignements nécessaires pourvu que le Comité les considère de nature confidentielle, car ils ne voudraient pas les révéler à leurs concurrents. Ils sont tout à fait disposés à vous fournir les renseignements; toutefois, ils ne voudraient pas qu'ils soient consignés au compte rendu des délibérations et publiés.

L'hon. M. LAMBERT: Monsieur le président, les témoins précédents nous ont fourni franchement les renseignements demandés au sujet d'une majoration juste et raisonnable entre le prix du fabricant et celui du détaillant. Ces renseignements nous ont été fournis sans hésitation ni retard. Si les témoins ne peuvent indiquer au Comité l'écart entre le prix du fabricant et celui du détaillant à l'égard de leurs produits, nous serons privés des renseignements les plus importants que nous désirions.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, au début de mes remarques ce matin à propos de notre mémoire, j'ai signalé, comme vous vous en souvenez sans doute, qu'on nous a demandé au sujet des prix, vendredi soir à 6 heures, alors que tous les bureaux étaient fermés, certains renseignements qu'il nous était impossible d'obtenir, étant donné que tous les bureaux sont fermés le samedi et le dimanche. Je n'ai donc

pu vous fournir les renseignements ce matin. Vous vous souvenez aussi sans doute que j'ai envoyé un télégramme à Ottawa, quand nous avons reçu ce bref avis, vous demandant de remettre la réunion à plus tard. Le délai nous a été refusé et on nous a sommés de nous présenter.

Le PRÉSIDENT: A ce sujet, je signale que ce comité parlementaire a été institué à la demande des fabricants et des détaillants du pays qui désiraient qu'on approfondît la question. La plupart des associations qui ont témoigné devant le Comité MacQuarrie ont formulé cette requête; on espérait que ceux qui ont réclamé l'enquête seraient disposés à témoigner devant le Comité et à lui fournir les renseignements et chiffres nécessaires.

Le TÉMOIN: Oui, monsieur le président, mais le manque de temps nous a empêchés de vous fournir ces renseignements, car il nous aurait fallu communiquer avec plusieurs sociétés, ce que nous n'avons pu faire dans le bref délai dont nous disposions.

Le PRÉSIDENT: Je me demande s'il y a lieu de poursuivre nos délibérations tant que nous n'aurons pas les renseignements et chiffres nécessaires.

M. HEES: Monsieur le président, à mon avis, l'objection qu'on a soulevée en ce qui concerne la présentation de renseignements et de chiffres me semble raisonnable. Je crois qu'il est injuste de demander à un fabricant, — même si plusieurs concurrents participent à une même réunion, — de révéler à ceux qui lui font concurrence quelles sont ses marges de bénéfices. Cependant, je pense qu'il serait raisonnable d'obtenir les renseignements de la façon dont M. Harris a offert de nous les fournir à l'égard des détaillants, c'est-à-dire en indiquant les prix visant la compagnie A, B, C et le reste. Cela vous semble-t-il juste et vous convient-il ?

Le TÉMOIN: Parfaitement !

M. HEES: Vous consentiriez à fournir les renseignements demandés sans toutefois préciser de quelle compagnie il s'agit, par exemple General Motors et le reste ? Est-ce exact ?

Le TÉMOIN: C'est exact; dans ma déclaration antérieure j'avais l'intention de préciser que nous vous fournirions les renseignements, mais que nous n'en avions pas eu le temps avant de venir témoigner.

L'hon. M. Garson:

D. Ne vous étiez-vous aucunement préparé à obtenir les renseignements avant de recevoir l'avis vous invitant à témoigner devant le Comité ? — R. Absolument pas, monsieur. Notre mémoire traite de la fixation du prix de revente dans notre industrie.

D. Bien que votre groupe eût exposé ses griefs devant le Comité MacQuarrie ? — R. J'ai reçu une lettre du juge MacQuarrie signalant que son comité étudierait l'à-propos de remanier la loi des enquêtes sur les coalitions. La lettre était accompagnée d'un papillon nous demandant si, étant donné le rapport antérieur de la Commission royale d'enquête sur les prix, nous voudrions exposer nos vues sur la fixation du prix de revente.

D. C'est exact.

Le PRÉSIDENT: Excusez-moi, monsieur Simpson, mais je signale qu'il ne s'agissait pas tout simplement d'un papillon ajouté à la lettre. Cette question faisait effectivement l'objet du paragraphe le plus important de la lettre que le juge MacQuarrie a adressée à tous les groupes. Sauf erreur, je l'ai consignée au compte rendu à la dernière réunion. De plus, il ne s'agissait pas de remanier la loi des enquêtes sur les coalitions, mais plutôt d'en étudier la portée. Le juge signalait particulièrement aux intéressés le sixième paragraphe que voici:

On accordera une attention particulière à la question de la fixation du prix de revente.

L'hon. M. Garson:

D. Puis-je poser la question suivante au témoin: votre groupement a-t-il participé à la requête qu'a formulée l'Association canadienne des manufacturiers, demandant l'institution du comité afin d'enquêter sur cette question ? — R. Nous n'avons aucun rapport avec l'Association canadienne des manufacturiers, monsieur.

D. Vous dites que vous n'aviez rien à voir à la requête demandant l'institution de ce comité parlementaire pour étudier cette question ?

M. HUME: Notre organisme est la Canadian Electrical Manufacturers' Association.

L'hon. M. GARSON: L'organisme qui est représentée ici ce matin n'a-t-il pas eu quelque chose à voir à la requête formulée en vue de la création du comité parlementaire pour étudier cette question ?

Le TÉMOIN: Non.

L'hon. M. GARSON: Vous dites que votre association ne s'est pas jointe à l'autre pour formuler cette requête ?

Le TÉMOIN: Non.

M. CROLL: Le Comité MacQuarrie ne vous a-t-il pas demandé de lui fournir certains faits et chiffres, soit les mêmes renseignements que nous vous demandons ?

Le TÉMOIN: Non; il n'a demandé aucun chiffre.

M. FULTON: Mais vous avez personnellement témoigné devant le Comité MacQuarrie ?

Le TÉMOIN: Non. Nous n'avons pas témoigné devant ce comité; d'autre part, il ne nous a jamais demandé de chiffres concernant les prix.

M. HEES: Combien faudrait-il de temps à votre association pour nous fournir les chiffres de la façon que vous avez trouvée équitable, — c'est-à-dire en désignant les sociétés par compagnie A, B, C et le reste, — si nous vous le demandions ?

Le TÉMOIN: Monsieur le président, s'il ne s'agit que d'un petit nombre de compagnies, nous pourrions vous fournir ces renseignements dans deux ou trois jours.

Le PRÉSIDENT: Je ne comprends pas pourquoi il faut garder le secret au sujet de ces compagnies, étant donné que les pharmaciens, qui ont témoigné devant le comité la semaine dernière, ont présenté un document de 10 pages renfermant des renseignements détaillés sur le prix des fabricants, les marges de bénéfices, et le prix des détaillants à l'égard de la plupart des articles à prix fixes qu'ils vendent. Par exemple, à la page 9, nous trouvons la liste des diverses marques de pâte à dents, des marques bien connues; on indique le prix auquel le fabricant vend les produits, ainsi que le prix auquel le détaillant les vend.

M. FULTON: Oui, monsieur le président, et n'avons-nous pas aussi demandé des renseignements supplémentaires au sujet des prix du fabricant ?

Le PRÉSIDENT: En effet.

M. FULTON: Oui. Le mémoire des pharmaciens ne renferme que ces deux séries de chiffres.

Le PRÉSIDENT: Je saisis le point que vous faites valoir, monsieur Fulton.

M. FULTON: Nous avons demandé beaucoup plus de renseignements aux détaillants.

Le PRÉSIDENT: Revenons au prix de revient du fabricant.

Le TÉMOIN: Notre organisme est une association commerciale. Comme je l'ai déjà dit, elle n'offre aucun conseil au sujet du prix de détail, ni au sujet de ques-

tions comme les remises à accorder. Par conséquent, le mémoire de notre association ne renferme aucun renseignement de cette nature. D'autre part, le Comité peut s'adresser aux divers membres de notre organisme pour obtenir ces renseignements. Cependant, notre association ne possède pas ces chiffres et, normalement, ne les obtiendrait pas, car la question est étrangère à notre activité.

M. CROLL: Monsieur le président, avons-nous convoqué ces gens par erreur ?

Le PRÉSIDENT: On serait porté à le croire, monsieur Croll. Cependant, en toute justice envers eux-mêmes et les sociétés qu'ils représentent, je dois ajouter qu'à mon sens nous n'avons pas fait erreur en les convoquant, mais qu'ils se méprennent.

M. MACINNIS: Monsieur le président, en vue d'épargner du temps, ne pourrions-nous pas, pour l'instant, nous en tenir aux questions auxquelles ces gens peuvent répondre et y consentent ? Si nous voulons d'autres renseignements, nous devrons convoquer les gens qui sont en mesure de nous les fournir. Je pense qu'il nous faudrait baucoup plus de détails que n'en renferme le mémoire. Prenons, par exemple, la page 3, où il est question de la glacière électrique qui se vendait $284.50 en 1939. On indique que sans les taxes et autres surcharges le prix n'en serait aujourd'hui que de $299.75. Il y a certes là quelque chose qui cloche. Si le prix ne comportait pas une marge excessive de bénéfice en 1939, cette glacière se vendrait maintenant moins que le prix coûtant. La compagnie accuserait une perte à l'égard de chaque glacière.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre ! Pour ce qui est de la question qu'a soulevée M. MacInnis, il appartient au Comité de prendre une décision. Il est évident que l'avocat-conseil ne peut poursuivre son interrogatoire au sujet des marges de bénéfices, car ces messieurs ne sont pas en mesure de nous fournir les chiffres nécessaires. Les membres désirent-il poursuivre l'interrogatoire sur les aspects généraux du mémoire ou bien préfèrent-ils lever la séance ? Le sous-comité du programme pourrait alors se réunir cet après-midi afin de décider quelles compagnies membres de l'industrie nous devrions inviter à témoigner. Le sous-comité pourrait aussi décider quels renseignements on leur demandera de nous fournir quand elles viendront témoigner.

L'hon. M. GARSON: A mon sens, nous pourrions régler la question d'une manière beaucoup plus rapide et satisfaisante qu'en suivant cette méthode, monsieur le président. Le témoin qui avait la parole tout à l'heure a signalé, avec raison je pense, que la loi des enquêtes sur les coalitions ne permettait pas à l'association commerciale de discuter de prix; c'est pourquoi cet organisme n'est pas en mesure, en ce moment, de nous renseigner sur les prix. J'estime qu'on ne pourrait accuser l'association d'enfreindre la loi des enquêtes sur les coalitions si, à la demande du Comité, elle obtenait les renseignements qu'on lui a demandés en indiquant, par exemple, les prix de la société A, de la société B, C et ainsi de suite, signalant le prix coûtant du fabricant, le prix de vente du fabricant, la marge de bénéfice du distributeur et le prix du détaillant à l'égard d'une liste typique d'appareils. Je pense que le Comité pourrait obtenir ces renseignements beaucoup plus rapidement de cette façon qu'en invitant les fabricants à témoigner, l'un après l'autre.

M. HEES: Assurément !

L'hon. M. GARSON: Et je pense que M. Simpson serait l'homme tout désigné pour recueillir ces renseignements. Nous pourrions peut-être demander au sous-comité du programme d'étudier ce point. Nous pourrions peut-être aussi inviter trois ou quatre personnes à témoigner, afin de répondre aux questions touchant certaines compagnies de fabrication, s'il se présentait des questions découlant des renseignements généraux que M. Simpson pourrait nous fournir, afin que nous puissions obtenir de plus amples informations à ce sujet. Nous ne pourrions inter-

roger M. Simpson car il ne serait qu'un intermédiaire dans la transmission des renseignements au Comité. D'autre part, si nous adoptons comme ligne de conduite de convoquer un grand nombre de fabricants et de les interroger séparément afin d'obtenir une foule de données, que nous pourrions autrement obtenir sous forme de tableau, nous serons ici jusqu'au mois de juin.

M. LONGESTAFF: Puis-je savoir si le Comité parle du prix du fabricant ?

Le PRÉSIDENT: Non.

M. LONGESTAFF: Voyez-vous, il y a une grande différence entre le prix de revient et le prix de vente.

M. HEES: A la séance de vendredi, nous avons eu une longue discussion avec les représentants de la Fédération des détaillants. Je crois que nous étions à peu près tous d'accord sur le moyen de régler le problème; pour ce qui est de la question de savoir si la fixation du prix de revente est ou non une bonne chose, on n'aurait qu'à se demander si le prix exigé du consommateur, en vertu de la fixation du prix de revente, est juste ou non, si le prix fixé est ou non équitable. La seule façon de le démontrer serait de prouver que le détaillant, par exemple, jouit d'une marge de bénéfice raisonnable à l'égard des articles assujétis à la fixation du prix de revente comme à l'égard de ceux qui y sont soustraits. On a signalé que dans certains cas le prix de vente au détaillant peut comporter une marge de bénéfice inférieure à celle qu'il touche à l'égard des produits faisant l'objet de la fixation du prix de revente. Je disais que le fabricant pouvait exploiter le public en imposant une marge de bénéfice trop élevée. Il a donc été convenu qu'il faudrait, afin d'obtenir une idée d'ensemble de la question, savoir si le fabricant et le détaillant s'assuraient une marge de bénéfice plus élevée à l'égard des articles faisant l'objet de la fixation du prix de revente qu'en ce qui concerne les autres articles soustraits à cette fixation. Il vous appartient donc, messieurs, — et le Comité cherche à vous aider, — de nous fournir des chiffres qui feront accepter votre point de vue par le public qui, en ce moment, croit, peut-être à tort je pense, que la fixation du prix de revente lui est défavorable. Nous cherchons à vous aider à convaincre le public du contraire.

Des VOIX: Non, non.

M. CROLL: Monsieur le président, M. Hees ne parle qu'en son propre nom.

M. HEES: Nous sommes tous animés du sens de la justice ici, n'est-ce pas ?

Le PRÉSIDENT: A l'ordre ! A l'ordre !

M. HARKNESS: Le témoin a dit tout à l'heure qu'il consentirait volontiers à vous fournir, d'ici deux ou trois jours, des données relatives à une liste d'articles. Je pense que nous devrions nous en tenir là et permettre à ces gens de témoigner de nouveau.

M. HEES: C'était là l'idée.

M. HARKNESS: Qu'ils reviennent dans deux ou trois jours munis de renseignements sur le prix de revient du fabricant, de la majoration exigée du grossiste, de la majoration que le grossiste exige du détaillant et de celle que le détaillant exige du consommateur. Voilà, en somme, ce que nous voulons savoir. D'autre part, quelqu'un a dit que les renseignements fournis à ce sujet devraient être de nature confidentielle. Il me semble que ce ne serait pas pratique de leur conférer ce caractère, car nous ne pouvons au comité garder le secret sur la discussion relative à ces chiffres. Nos délibérations sont consignées au compte rendu; de plus, les journalistes assistent aux séances. A mon avis, la seule façon d'examiner ces chiffres c'est en séance publique.

M. CROLL: Monsieur le président, vous vous souvenez sans doute que nous avons fait une exception à cette règle. Il a été convenu de ne pas révéler les

prix des diverses compagnies en les désignant nommément. On a dit qu'il faudrait les désigner sociétés a, b, c afin de les protéger.

M. HARKNESS: Cela nous suffit ici.

M. LONGESTAFF: Je tiens à signaler qu'il n'y a aucun inconvénient à ce que la compagnie a, b ou c vous fournisse des données relatives à son taux normal de remise; ces compagnies peuvent certainement vous indiquer leurs prix de vente. C'est-à-dire que nous pouvons vous indiquer exactement combien touche le fabricant; nous pouvons vous faire connaître le montant de la remise ou vous fournir d'autres données d'après la façon dont on tient les comptes. Cependant, si le comité veut connaître l'écart qu'il y a entre le prix de revient à la fabrique et le prix que j'en touche, je lui dirai, à titre de fabricant, d'industriel, que je ne connais rien du commerce de détail. C'est mon service des ventes qui s'occupe de tout cela; c'est pour cela que je l'emploie. Je puis vous donner le prix que j'en touche, mais si vous voulez savoir la différence entre ce que le produit me coûte et le prix que je le vends, je ne crois pas que je puisse vous répondre, si ce n'est en théorie. Je puis vous dire ce qu'il en est en théorie.

Le PRÉSIDENT: En tout cas, c'est un commencement.

M. LONGESTAFF: Je ne sais pas si je puis vous donner le prix de revient exact.

Le PRÉSIDENT: On a fait observer au comité qu'en ce qui concerne la fixation de prix de revente, nous ne savons rien au sujet du prix de revient des produits qui se vendent à prix fixé. Tant que nous ne saurons pas si ces produits se vendent plus cher ou moins cher que les produits dont le prix de revente n'est pas fixé, nous ne pourrons pas décider intelligemment.

M. HARKNESS: Puis-je poser une autre question seulement, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Il y a d'autres membres du comité qui veulent traiter de ce point, monsieur Harkness.

L'hon. M. LAMBERT: Je tiens à revenir sur le point que j'ai exposé précédemment. Tout d'abord, à propos des prix des fabricants, les exemples que vous avez cités, en ce qui concerne les prix entre 1939 et novembre dernier, ont trait aux prix établis par les fabricants ?

M. SIMPSON: Vous voulez dire les prix marqués ?

L'hon. M. LAMBERT: Qu'entendez-vous par là ?

M. SIMPSON: Le prix au consommateur; le prix auquel le produit se vend au consommateur.

L'hon. M. LAMBERT: Au magasin de détail ?

M. SIMPSON: Oui, monsieur.

L'hon. M. LAMBERT: Bon. Etant donné la déclaration que renferme le mémoire, selon laquelle le régime de fixation des prix ne fait que reconnaître le droit qu'a le fabricant d'établir le prix auquel son produit se vendra au public; étant donné cette déclaration, n'importe quel témoin reconnaîtra, je pense, qu'il est impossible au comité de déterminer la nature de ce droit. Je suis de l'avis du témoin en ce qui concerne le prix de revient au fabricant, mais il est absolument essentiel que nous sachions à quel prix l'industriel offre un réfrigérateur au détaillant. Je parle de ces marques annoncées dans tout le pays, que nous avons l'occasion d'apprécier dans les annonces qui paraissent tous les jours dans nos journaux, revues et périodiques. Quel est l'écart entre ce prix annoncé et le prix du fabricant ? D'un côté, voyez-vous, vous avez le droit d'établir ces prix, je soutiens, moi, que nous avons, de notre côté, le droit de savoir quel écart il y a entre le prix du fabricant et le prix auquel le détaillant vend le produit. A mon avis, ce renseignement est essentiel. Quelques-uns d'entre nous ont remarqué une différence très grande entre

le prix de détail de certains magasins et les prix annoncés dans les grands magasins à rayons, mettons, sous une marque tout à fait différente de celle qu'on trouve dans le magasin de détail moyen.

Le PRÉSIDENT: Je ne veux pas vous interrompre, sénateur Lambert.

L'hon. M. LAMBERT: J'aimerais obtenir ce renseignement; je tiens à éclairer mon point.

Le PRÉSIDENT: Un instant, sénateur Lambert. Permettez-moi de préciser. Il est certain que ces messieurs aimeraient fournir ce renseignement, mais je me demande si nous ne pourrions pas pousser un peu plus loin. Nous aimerions savoir ce qu'il en coûte effectivement au fabricant, aux divers fabricants, ainsi que le prix exigé du consommateur. Nous posséderons ainsi toutes les données du problème.

A l'ordre, messieurs. M. Croll est le suivant.

M. CROLL: Monsieur le président, pour que tous se trouvent sur un pied d'égalité au comité, ne pourrions-nous pas autoriser le conseiller juridique à formuler une série de questions auxquelles nous désirons une réponse précise ? Nous pourrions alors les remettre à ces divers groupements, en leur donnant instruction de préparer des réponses, des réponses précises à des questions particulières. Nous serions tous alors dans le même cas et nous dissiperions bien des malentendus qui pourraient autrement surgir.

Le PRÉSIDENT: Je propose que nous laissions cette question au sous-comité du programme. C'est, à mon avis, le sous-comité qui devrait donner au conseiller juridique des directives quant aux renseignements que nous désirons obtenir.

M. FULTON: Monsieur le président, me permettez-vous de faire une proposition ? Le moyen le plus commode d'obtenir ce que nous désirons, c'est de demander à ces messieurs qu'ils nous donnent leurs prix de revient. J'ose espérer qu'ils feront de leur mieux afin de nous procurer ces renseignements. Toutefois, s'ils reviennent en nous disant qu'il est absolument impossible de nous fournir des renseignements le moindrement précis, ne nous fonderions-nous pas sur le même principe essentiel en leur demandant de nous donner leurs prix, les prix à l'usine, à l'égard des produits dont ils fixent le prix ? Ces renseignements obtenus, nous pourrions demander aux industriels qui ne fixent pas les prix de nous dire ce que leurs produits leur rapportent, à l'usine. Nous pourrions alors suivre les produits, à prix fixé et à prix libre, d'un bout à l'autre de l'échelle. Cela nous permettrait d'établir une comparaison.

Le PRÉSIDENT: Nous saisirons le sous-comité du programme de cette proposition cet après-midi.

M. FULTON: Je tiens à souligner que le témoin actuel s'est dit disposé à fournir ces renseignements. Cependant, il nous a dit qu'il ne pouvait pas nous répondre avec précision, en fonction du prix de revient à l'usine.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Fulton, croyez-vous qu'il y a au Canada un seul fabricant qui ne sache pas ce que son produit lui coûte ?

M. FULTON: Non. Je pense qu'il devrait le savoir.

Le PRÉSIDENT: Ne croyez-vous pas que les industriels connaissent exactement leur prix de revient, monsieur Fulton ?

M. FULTON: Je ne pourrais pas répondre catégoriquement à cette question car je ne sais pas si l'industriel sait exactement ce que lui coûte chaque article. Personnellement, je serais porté à croire qu'il le sait, mais lorsqu'un groupe de fabricants vient dire au comité qu'il ne le sait pas, je n'ai aucune raison de croire qu'il ment. Force m'est donc d'accepter son témoignage. Voici ce que je prétends. Si ces gens nous disent qu'ils ne peuvent pas nous renseigner, je pense que nous

pourrions obtenir les mêmes renseignements essentiels sur la question de savoir si la fixation des prix de revente est bonne ou mauvaise en recueillant les données qu'une usine ou qu'un groupe d'usines qui fixent leurs prix peuvent nous communiquer puis ensuite, en recueillant des données analogues d'autres industriels qui ne fixent pas de prix de revente. Nous pourrions leur demander de nous transmettre des chiffres exactement semblables. Nous verrons ce que cela donnera.

M. LONGESTAFF: Monsieur le président, je puis assurer au comité...

Le PRÉSIDENT: Excusez-moi, monsieur Longestaff; vous êtes ici pour conseiller M. Simpson. Si le comité veut connaître votre point de vue, il vous demandera de l'exprimer.

M. LONGESTAFF: Merci, monsieur le président.

M. STUART: Monsieur le président, nous devrions, à mon sens, consigner au compte rendu quelque chose qui exprimerait le sentiment de bien des Canadiens quant à cette affaire de fixation du prix de revente. J'ai ici une lettre ainsi qu'un certain nombre de dépêches dont j'aimerais donner lecture.

Le PRÉSIDENT: Un instant, monsieur Stuart; commençons par éclaircir ce point-ci.

M. STUART: Je voulais simplement en saisir le comité pour lui montrer ce que le public attend. Si je pouvais obtenir votre permission, j'aimerais donner lecture de la lettre que voici. J'ai ici une lettre que j'aimerais consigner au compte rendu.

M. FULTON: Eh bien, si c'est ainsi, j'ai ici un télégramme que j'aimerais, moi aussi, verser au compte rendu.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre, monsieur Stuart. Nous essayons de déterminer si les industriels peuvent nous communiquer des chiffres qui établiront si le procédé est bon ou mauvais.

M. STUART: Si vous voulez bien me laisser finir. Le comité gaspille de la sorte des heures, des heures et des heures à moins qu'il ne sache quels sont les prix de revient au fabricant. Quelque chose ne va pas; il faut le mettre à jour. C'est la seule façon.

M. HEES: Le monsieur qui a pris la parole il y a quelques minutes a dit qu'une société manufacturière ne peut pas connaître ses prix de revient. Je suis moi-même industriel et l'industriel qui ne sait pas ce que ses produits lui coûtent ne restera pas longtemps en affaires. Je sais que si vous téléphoniez à votre société vous pourriez obtenir le prix de revient de n'importe quel article.

M. FULTON: Peut-être faudrait-il permettre à M. Longestaff de répondre.

M. HEES: C'est injuste ?

M. LONGESTAFF: La déclaration est inexacte, monsieur le président. Dans l'industrie, le coût de revient dépend du volume des ventes. Supposons qu'on me dise: vous allez faire pour un million de dollars d'affaires, pouvez-vous nous dire quel sera votre prix de revient ? Je le pourrais. Il faut se rappeler que la fabrication des appareils électriques est une affaire éminemment technique. Je sais, d'après la situation qui existe dans mon propre établissement, que la main-d'œuvre indirecte représente la moitié ou plus de la main-d'œuvre directe. Le volume des affaires n'est pas de $160,000 ou $200,000 par mois, mais bien de $80,000 ou $75,000. Je sais qu'avant l'établissement de l'impôt, je faisais de bonnes affaires mais depuis quatre mois, j'ai perdu $8,000 par mois. A la fin de l'année, je recommence en neuf. Je vais congédier des ingénieurs, celui-ci ou celui-là. Le 1er janvier, dans mes sociétés, — j'en ai cinq, — je vais mettre environ six administrateurs à pied. Vous me demandez le prix de revient actuel d'un grille-pain; il est d'environ trois fois le prix que je le vends.

M. HEES: Pour un volume donné, vous pourriez estimer le coût de revient ?

M. LONGESTAFF: Oui. Le comité devra déterminer de quel volume d'affaires il s'agit.

M. HEES: Si vous ne communiquez pas ce genre de chiffres au comité, il nous est impossible, à nous ou à qui que ce soit, d'approuver une chose que vous tenez beaucoup à faire accepter du public canadien. Toutes les belles paroles au monde ne réussiront à donner le change à personne.

M. THATCHER: Chose certaine, le comité veut comparer les prix d'appareils électriques semblables, lorsqu'ils se vendent à prix fixé et sans fixation des prix.

M. JUTRAS: Cela ne nous répond pas.

M. LONGESTAFF: Cela nous donne une réponse très importante.

M. HARKNESS: Le point, c'est de savoir si l'industriel peut, oui ou non, nous fournir ses prix de revient. Je me rappelle fort bien qu'au comité des prix de 1948, nous avons effectivement obtenu certains prix de revient; dans le cas de certaines sociétés, ces prix s'étendaient sur une période de vingt ans. A mon avis, il est incontestable qu'on peut les présenter pour une période donnée; c'est tout ce que nous demandons. Si nous pouvons obtenir les prix afférents à l'année écoulée, cela suffira, à nos fins. Il est certain qu'on peut produire ces chiffres pour une année en particulier. Nous devrions les obtenir.

M. THATCHER: Supposons que nous obtenions les prix de revient de M. Longestaff. Il fabrique des produits dont le prix n'est pas fixé. Ce qu'il produit ne nous intéresse pas, si le prix n'en est pas fixé.

M. HARKNESS: Ces articles se vendent à prix fixé.

M. THATCHER: Obtenons les prix de produits dont le prix est fixé et de produits où la fixation ne joue pas.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Supposons qu'un réfrigérateur se vende $299.75 par exemple. Le comité veut savoir quelle partie de cette somme représente la marge du fabricant, celle du distributeur et celle du détaillant, pour que le prix du réfrigérateur atteigne $299.75. N'est-ce pas là la question ?

Le TÉMOIN: Autrement dit, vous ne voulez pas le prix de revient du fabricant ? Vous voulez la majoration ?

Une VOIX: Non, non.

M. HEES: La majoration est l'écart entre le prix de vente et le coût de revient au fabricant.

Le TÉMOIN: Cela se peut.

M. CARROLL: Pour ce qui est des grandes difficultés que les fabricants éprouvent à nous dire quels sont leurs coûts de revient, ne les inscrivent-ils pas chaque année aux fins de l'impôt sur le revenu ? Je prends pour acquis qu'ils le font avec précision.

Le PRÉSIDENT: Je l'espère bien.

M. CARROLL: Quelle est alors cette grande difficulté qu'on éprouve à nous fournir les coûts de revient ?

Le PRÉSIDENT: M. Longestaff peut bien parler des fluctuations mensuelles qui peuvent poser un problème, surtout dans les petites entreprises, mais il ne devrait pas être difficile de nous dire quel a été le prix de revient l'an dernier. En effet, la fixation des prix n'est pas nouvelle. Toutes ces sociétés peuvent et doivent présenter ces chiffres. Si elles le préfèrent — les pharmaciens l'ont fait, — elles peuvent s'abstenir de donner les noms des sociétés. Elles peuvent les désigner A, B. C. D et E. Je crois que le comité est d'accord à ce sujet.

M. JUTRAS: Même là, je ne suis pas très sûr de ce qu'on veut dire par "A, B, C et D". Si nous étudions le cas de deux ou trois sociétés, sans savoir de qui il s'agit, cela ne veut rien dire, à moins que nous sachions quelles sont ces sociétés.

M. FULTON: A ce propos, notre conseiller juridique pourrait consulter le directeur de l'association, lui dire ce que nous voulons et se persuader que les renseignements présentés sont de nature à permettre au comité d'en tirer une conclusion valable. Le conseiller juridique du comité verrait les noms et serait en mesure de nous dire: "Je puis assurer au comité que nous avons ici un rapport aussi complet qu'on puisse désirer".

Le PRÉSIDENT: A mon avis, le commissaire aux coalitions possède une vaste connaissance de toutes et chacune des grandes sociétés canadiennes, dans tous les domaines. Il est au service du parlement et, après avoir bénéficié de ses conseils, ces sociétés pourront décider des chiffres qu'il y a lieu de produire.

M. THATCHER: Il peut nous communiquer les siens.

Le PRÉSIDENT: J'avais espéré que le commissaire aux coalitions reviendrait témoigner, puisque les témoignages qu'il a présentés plus tôt avaient trait surtout à la rédaction de mesures législatives. Ce service travaille en ce domaine depuis un quart de siècle et a peut-être des connaissances plus détaillées que tout autre service.

M. THATCHER: Ces renseignements ne sont en aucune façon secrets; ils seraient précieux au comité. Si le commissaire disposait de chiffres relatifs à chacune des industries que nous désirons étudier, pourrait-il les mettre à la disposition du comité ?

Le PRÉSIDENT: Si nous avions quelqu'un qui fût en contact quotidien avec tous ces problèmes et qui comprît de quel genre de société nous voudrions nous occuper. Ce n'est un secret pour personne que le commissaire aux coalitions connaît les prix de nomenclature de toutes ces sociétés.

M. FULTON: Il ne connaît pas leurs prix de revient. Or c'est ce que nous voulons savoir.

Le PRÉSIDENT: Je crois qu'il connaît les prix de revient car ses enquêtes, pas dans ce domaine-ci mais dans d'autres, doivent commencer surtout par là. Nous pourrions avec avantage le faire comparaître au sous-comité du programme et de la procédure.

M. CARTER: En qualité de membre du comité, j'aimerais qu'on m'expliquât aussi pourquoi un article, fabriqué par la même société, se vend deux ou trois fois plus cher au Canada qu'aux Etats-Unis. Il s'agit du même article, fabriqué par la même société. Pourtant, le prix au Canada est le double et parfois le triple du prix américain. J'aimerais qu'on me dise un peu pourquoi il en est ainsi.

Le PRÉSIDENT: Là encore c'est au sous-comité qu'il appartient de se prononcer là-dessus. Ce genre de renseignement ou de question ne s'appliquerait pas à toutes les sociétés. Quelques-unes de ces sociétés ne sont pas, je pense, des succursales d'une société-mère américaine.

M. FULTON: Je propose que le sous-comité, de concert avec le conseiller juridique du comité et le commissaire aux coalitions formule une série de questions adressées à cette association. Ils pourront, plus tard, saisir le comité des réponses fournies à ces questions.

Le PRÉSIDENT: Pas nécessairement à cette seule association. M. Croll, je pense, a proposé qu'on se renseigne auprès de tous les groupements d'industriels qui comparaissent devant nous.

M. FULTON: Oui, je veux bien accepter cette proposition.

Le PRÉSIDENT: Commençons par régler celle-ci.

M. FULTON: Nous pourrions prescrire, dans notre motion, que notre conseiller et le commissaire aux coalitions se rencontreront avec ceux qui présentent les

chiffres, s'ils désirent les garder secrets. Le conseiller juridique du Comité et le commissaire pourraient assister, lors de la préparation de ces chiffres, afin de pouvoir nous convaincre que ces chiffres sont vraiment de nature à motiver une conclusion.

M. JUTRAS: Que veut dire la dernière partie de ces observations ?

Le PRÉSIDENT: Mettons que la société "A" soit une grande société qui fabrique des appareils électriques. Comme vous l'avez fait observer, il est inutile que le comité s'occupe de la société "A" si nous ne savons pas ce que ces chiffres représentent, mais notre conseiller juridique et le commissaire, au sous-comité, pourrons nous assurer que les chiffres présentés à l'égard de cette société "A" sont exacts.

M. FULTON: Bien entendu les renseignements seraient confidentiels.

Le PRÉSIDENT: Je veux présenter la motion au comité.

(*Adopté*)

La décision sera prise par le sous-comité du programme et de la procédure, qui se réunira à 3 heures et demie cet après-midi. M. Thatcher soulève ici un point. Allons-nous poursuivre notre interrogatoire sur ce mémoire, pour laisser de côté la question des majorations précises dans les magasins de détail dont nous parlons depuis une demi-heure ?

M. Favreau:

D. Pour ce qui est des observations que M. Longestaff vient de faire, les fabricants ne pourraient-ils pas, s'ils veulent maintenir leur production et leurs ventes, permettre aux marchands de passer une partie de leur marge de bénéfice à leurs clients, sous forme de prix plus bas ? Cela permettrait de faire des ventes qui ne se réalisent pas actuellement.

Le TÉMOIN: Je vous l'ai déjà expliqué, il est assez difficile de répondre à la question. Le relèvement des prix, attribuable aux taxes d'accise et de vente et peut-être aussi à la résistance des consommateurs à la hausse de 20 points qu'accuse l'indice du coût de la vie, a réduit la production d'environ 40 p. 100. Les ventes ne se font pas à ce rythme-là. Dans le dessein de conserver le personnel qu'ils s'étaient constitué, car il est difficile de mettre une organisation sur pied, les fabricants ont gardé ces employés à leur service plus longtemps qu'ils ne l'auraient dû, du point de vue des ventes.

Je puis vous dire (je parle des gros appareils) que les entrepôts des fabricants et de la plupart des distributeurs regorgent de produits, que les salles des échantillons des détaillants en contiennent autant qu'on peut y en mettre. Ces appareils ne se vendent pas. Vous nous proposez de continuer de produire...

M. CROLL: Non, ce n'est pas ce qu'il a dit.

M. FAVREAU: Si vous pouviez trouver moyen d'augmenter les ventes à l'échelon du détaillant, vous n'auriez pas alors à tant réduire votre production à l'échelon du fabricant ?

Le TÉMOIN: J'en conviens, mais les industriels se ruineraient en un rien de temps. Permettez-moi de citer le cas d'une des mes grandes sociétés qui fabriquent des appareils électriques. De juin à aujourd'hui, le nombre de ses employés a fléchi de la moitié de ce qu'il était. Ses chiffres de production sont ceux que je vous ai communiqués. Non seulement a-t-elle perdu de l'argent depuis quatre mois mais encore elle en a tellement perdu que je doute qu'elle puisse continuer à fonctionner longtemps de cette façon-là.

Transmettez un prix inférieur, dites-vous, afin d'écouler des produits. On ne peut pas vendre à perte et rester en affaires.

Le PRÉSIDENT: Vous n'avez pas, je pense, saisi le point.

M. FAVREAU: Si l'on autorisait, ai-je dit, les détaillants à céder une partie de leur propre marge de bénéfice à leurs clients et à accroître ainsi les ventes de vos produits, cela ne placerait-il pas le fabricant lui-même dans une meilleure situation ? En effet, cela permettrait au détaillant de se débarrasser des stocks qu'il a actuellement en magasin.

Le TÉMOIN: Permettez-moi de répondre comme ceci. Un détaillant très important et très puissant pourrait s'en tenir-là, mais le petit détaillant d'appareils électriques, qui normalement vend ces produits, ne pourrait pas rester en affaires, s'il ne pouvait pas les vendre et obtenir la marge de bénéfice que le fabricant lui assure. Supposons, monsieur, que vous achetiez un réfrigérateur à prix réduit et que, dans deux ans, vous reveniez pour le faire réparer et que le vendeur ne soit plus là. Vous ne seriez guère content.

M. CROLL: M. Longestaff a-t-il quelque chose à ajouter ?

M. LONGESTAFF: Rien, sinon que le comité, à mon avis, fonde sa discussion sur une prémisse fausse.

M. FAVREAU: Je ne discute pas, j'interroge.

M. LONGESTAFF: A mon sens, la prémisse sur laquelle se fonde la discussion relative à la fixation des prix est fausse. L'industriel essaie de faire tourner son usine du mieux qu'il peut; il établit un prix de vente. Voici un exemple pour illustrer mon point. Cet exemple, c'est un fer à repasser que tout le monde veut acheter. C'est peut-être là révéler des renseignements que vous désirez connaître.

Le TÉMOIN: Est-il automatique ou non ?

M. LONGESTAFF: Non automatique. Antérieurement, nous avons dit que, lorsqu'on en achète cent, ils se vendent $2.40. Nous avons confié ces fers au service des ventes, mais ils ne se sont pas vendus. Nous avons relancé le service des ventes et lui avons demandé pourquoi ce fer ne se vendait pas. C'est un bon fer. On nous a répondu: "Eh bien, nous ne pouvons pas le vendre". — "Pourquoi?"

J'ai donc fait le calcul, établi une majoration normale et une remise normale et j'ai dit: "Pourquoi ne marquez-vous pas un prix de $5.95 ?" — "Oh, maintenant", m'a-t-on répondu, "nous pouvons le vendre". Et c'est le même prix.

M. FAVREAU: En diriez-vous autant d'un réfrigérateur ?

M. LONGESTAFF: Je ne parle pas d'un réfrigérateur; je parle en tant qu'industriel individuel. Cependant, le président vient de me dire que mes propos sont irréguliers.

Le PRÉSIDENT: Vous n'enfreignez pas le Règlement en tant qu'industriel mais vous l'avez enfreint en posant des questions comme si vous étiez membre du comité. Vous êtes ici pour conseiller les fabricants.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Qu'avez-vous dit au sujet de ce fer ?

M. LONGESTAFF: Le fabricant essaie de produire et de maintenir son usine en activité. Essentiellement, il n'est pas un seul fabricant qui s'inquiète de l'écart entre ce qu'il obtient pour son produit et le prix auquel il se vend. Cela intéresse les marchands, le détaillant.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): D'où viennent les $5.95 ?

M. LONGESTAFF: Les $5.95 représentent la majoration normale du fabricant et du détaillant plus les taxes. Les taxes sont très importantes. Le détaillant ne comprend pas; pas un détaillant ne comprend à moins que vous ne lui citiez le prix final.

M. THATCHER: M. Favreau a soulevé un point très important dans sa question...

M. CARROLL: Monsieur le président, l'autre jour nous avons dit qu'il ne faut pas interrompre l'interrogatoire que mène le conseiller juridique.

Le PRÉSIDENT: Allez-y, monsieur Favreau. Veuillez prendre note de votre point, monsieur Thatcher.

M. CROLL: Ne pourrions-nous pas obtenir que la question de M. Favreau soit précisée ? Si je l'ai bien compris, il a dit à peu près ceci: Supposé que le détaillant donne à sa majoration l'indice 100 p. 100. S'il la réduit de moitié ou même davantage, n'augmentera-t-il pas ses ventes ? Voilà la question. Personne n'y a répondu. Que quelqu'un nous réponde.

M. THATCHER: Je vais vous donner la réponse.

M. CROLL: Non, vous êtes dans le mauvais camp, avec vos cinq magasins.

M. LONGESTAFF: Le détaillant consent à un rabais de 10 ou 15 p. 100 à tout client qui entre dans son établissement pour acheter un appareil électrique, pourvu que le cient s'engage à ne le dire à personne.

Le PRÉSIDENT: Voilà le point, monsieur Longestaff. Autrement dit, aucun ne se conforme au régime de fixation des prix de revente "pourvu que le client s'engage à ne le dire à personne". A mon avis, l'interruption a été très utile; peut-être M. Favreau pourrait-il poursuivre son interrogatoire dans ce sens-là ?

M. FULTON: Eh bien, quoi ? Un des membres du Parlement n'a-t-il pas dit l'autre jour qu'il contreviendrait la loi s'il était sûr de s'en tirer.

M. CROLL: C'est ainsi que vous avez interprété ses paroles.

M. FAVREAU: N'est-il pas exact qu'actuellement, dans les circonstances actuelles, certains détaillants jouissent de certains atténuements, en ce sens qu'on les autorise à réduire leurs prix de détail au bénéfice de leurs clients, ce qui leur permet de se débarrasser des stocks en magasin ? Je parle surtout des réfrigérateurs et des cuisinières électriques... et des petits marchands.

M. THATCHER: Certainement; oui.

Le TÉMOIN: Mettons qu'il y a toutes sortes de gens en affaires. Sans doute quelques-uns d'entre eux se trouvent parfois en difficultés et n'arrivent pas dans leurs finances, ce qui les oblige à écouler au prix qu'ils peuvent trouver pour regarnir leur caisse.

Disons aussi — je parle sans avoir à ce sujet de connaissances précises, — que je doute beaucoup que bien de ces gens soient frappés de sanctions. Le seul cas que je connaisse où un marchand ait perdu son agence est celui d'un homme qui vendait $50 de plus que le prix de nomenclature en période de disette. On lui a enlevé l'agence parce qu'il prenait un bénéfice trop élevé. C'est le seul cas que je connaisse où un marchand ait perdu son agence.

M. Favreau:

D. Dois-je comprendre qu'on n'applique plus, à l'heure actuelle, le régime de fixation des prix de revente ? — R. Personnellement, en ma qualité de directeur général, je ne puis pas répondre à cette question puisque ce problème est réglé séparément par chaque société en particulier.

D. Dans votre mémoire, vous parlez de divers indices: indice des heures-homme, indice des métaux ferreux et non ferreux et ainsi de suite. En ce qui concerne votre industrie en particulier, ne pensez-vous pas que l'indice relatif au matériel et aux appareils électriques témoignerait avec assez de précision de la tendance de l'économie dans votre industrie ? — R. Je ne sais pas si l'on publie pareil indice.

D. Je le trouve à l'indice des prix préparé par le Bureau fédéral de la statistique pour septembre 1951, à la page 12, matériel et appareils électriques. L'indice s'établit actuellement à 220.2. — R. Par rapport à quelle période ?

D. Par rapport à 1935-1939, dont l'indice est de 100. — R. Je ne peux pas répondre à la question sans savoir sur quoi cela se fonde.

D. Je vous le signale seulement; vous pourrez vérifier. On le trouve dans le numéro de septembre 1951, Bureau fédéral de la statistique, prix et indices des prix, à la page 12. — R. Je serai heureux de vérifier. En effet, vous le constaterez, les prix dont nous avons parlé, autant que nous sachions, ne démontrent rien de tel, par comparaison.

Le PRÉSIDENT: A ce propos, monsieur Simpson, où avez-vous trouvé les éléments de ces comparaisons entre les vivres, les vêtements, la main-d'œuvre, les métaux non ferreux ?

Le TÉMOIN: Au Bureau fédéral de la statistique.

Le PRÉSIDENT: Vous acceptez ses chiffres à l'égard de ces produits-là, mais vous doutez de ceux qui intéressent votre propre domaine.

Le TÉMOIN: Je ne sais pas sous quelle forme ces chiffres se publient. Je ne sais pas ce qu'ils comprennent. Il peut s'agir des appareils ou d'un indice qui comprend les deux. Je ne sais pas.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Favreau.

A notre dernière séance, on a soulevé deux points: certains membres du comité semblaient avoir la faculté de poser toutes les questions, tandis que d'autres n'avaient pas l'occasion d'interroger les témoins, bien qu'ils aient songé à des questions qu'ils auraient voulu poser. Nous avons donc décidé de fixer à 10 minutes précises la durée de l'interrogatoire, de donner une chance à chacun. J'ai sous les yeux la liste suivante: MM. Harkness, Carter, Mott et Welbourn. Ces membres ont fait savoir qu'ils aimeraient poser des questions mais jusqu'ici ils n'ont pas réussi à le faire.

M. MACINNIS: Monsieur le président, je propose que nous ne nous en tenions pas strictement à la règle des dix minutes. Si les questions posées sont importantes, le président usera de pouvoirs discrétionnaires à ce sujet.

Le PRÉSIDENT: C'est exactement cela. Quand je parlais à M. Beaudry au sujet de son interrogatoire, il répondait que sa question suivante était la plus importante de toutes.

M. FULTON: Il me semble que nous sommes tous de cet avis, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Ne pourrions-nous alors, pendant les dix minutes qui nous restent, demander aux membres de poser toutes leurs questions dès le premier tour ?

M. MACINNIS: Je n'ai aucune question à poser aujourd'hui, monsieur le président.

M. SHAW: Quels autres noms figurent à la liste ?

Le PRÉSIDENT: Ceux de MM. Thatcher, Fulton, Hees, Croll et Stuart.

M. SHAW: J'ai deux questions à poser.

L'hon. M. BEAUBIEN (*co-président*): La semaine dernière, lorsque j'ai voulu rendre une décision à cet égard, on m'a reproché d'essayer de baîllonner certains membres dont les questions ne tarissaient pas.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Harkness.

M. Harkness:

D. Vous avez affirmé, sauf erreur, que, du point de vue de la valeur en dollars, 90 p. 100 des ventes avaient été effectuées par des membres de votre association. Voudriez-vous nous dire quel pourcentage des articles était importé ? — R. Je ne suis pas en mesure de fournir le renseignement.

D. Les prix de ces marchandises importées sont-ils également fixés ? — R. Je ne saurais répondre à cette question non plus. Mais voici l'explication. Les membres

de notre association fabriquent des accessoires. Or, dans le domaine des appareils, il leur faut importer certaines pièces constituantes qu'ils ne peuvent trouver au Canada, vu la pénurie de dollars et l'ingérence de l'Etat. Nous avons donc beaucoup agrandi nos usines canadiennes parce qu'il fallait épargner les dollars américains. C'est pourquoi il existe aujourd'hui certaines de ces usines très agrandies qui, ne disposant que d'un marché réduit, n'ont plus qu'une production insignifiante. En outre, il est certains autres articles que les grands magasins de détail, comme Eaton's ou Simpson's, se procurent directement des fabriques américaines avec lesquelles ils sont liés. J'ignore quelle marge de bénéfice ils touchent à cet égard ou si les fabricants américains exigent le maintien des prix.

D. Vous ignorez si la fixation des prix joue ou non à cet égard ? — R. En effet.

D. Quels sont les membres de votre association qui pratiquent la fixation des prix de revente ? — R. Je ne saurais répondre à la question.

D. Vous n'avez aucune idée de la proportion de vos membres qui ont recours à la fixation des prix de revente et de ceux qui ne la pratiquent pas ?

Le PRÉSIDENT: Auriez-vous l'obligeance de restreindre la portée de votre question ? M. Simpson a affirmé tantôt, sauf erreur, que dans la plupart des cas, on ne la pratiquait pas.

M. Harkness:

D. Quel est votre avis pour ce qui est des appareils électriques ? — R. J'estime que la plupart des fabricants d'appareils proposent ou conseillent le prix de revente au détail.

D. Mais il y en a qui s'en abstiennent ? — R. Je ne saurais répondre à la question de façon précise, car je ne suis pas au fait. Il s'agit là d'une ligne de conduite en matière de vente, dont je ne suis pas au courant.

D. Dans votre mémoire vous affirmez que les fabricants eux-mêmes ne s'intéressent pas directement à la question de la fixation du prix de revente ? Faut-il en conclure qu'il est parfaitement égal au fabricant, du point de vue de ses bénéfices, que la fixation des prix de revente existe ou non ? — R. Je m'exprime avec circonspection car je ne suis pas au fait. Mais il me semble que du simple point de vue du bon sens, le fabricant réalise son bénéfice à l'égard de ce qu'il lui en a coûté pour produire l'article que le revendeur viendra chercher à sa porte. Voilà le prix qu'il touche, indépendamment du prix auquel le produit se vendra par la suite au détail. Il s'intéresse au programme de distribution ainsi qu'au bon fonctionnement du commerce de son détaillant. Comme il s'intéresse à la renommée de son produit, il craint que si le prix en est trop réduit, on ne le considère plus comme un produit de qualité. Il lui souvient, en outre, qu'il a probablement commencé bien petitement et qu'il lui a fallu de 30 à 35 ans pour établir son entreprise au point où il dispose maintenant d'un produit de bonne réputation. En outre il annonce dans tout le pays, sans qu'il en coûte rien à ses détaillants qui, d'une extrémité à l'autre du pays, bénéficient de cette réclame nationale. C'est la réputation et la faveur dont jouit le produit qui intéressent surtout le fabricant.

D. Pour ce qui est de maintenir les opérations de vos usines à un rythme uniforme toute l'année en vue de réduire les frais de production, je me reporte en particulier à la page 3, paragraphe 3, de votre mémoire. En l'occurrence, il s'ensuivrait que vos bénéfices, comme vous l'avez dit tantôt, se ressentiraient de toute réduction du volume des ventes à une certaine période de l'année. Vous préconisez donc la fixation des prix de revente afin, notamment, de répartir les ventes également, n'est-ce pas ? — R. Je ne sache pas que la fixation des prix de revente assure ce résultat. Mais s'il s'agit de savoir si le fabricant a intérêt à maintenir son

rendement au même niveau pendant toute l'année, je réponds que c'est très souhaitable.

D. Croyez-vous que la fixation des prix de revente favorise cet état de choses ? — R. Nous le croyons.

D. Vous avez donc directement avantage à conserver la fixation des prix de revente, n'est-ce pas ? — R. Oui et non, selon les motifs que nous avons exposés.

D. Vous avez dit que cela ne vous touchait pas directement, mais en parcourant votre mémoire, j'ai eu l'impression que cela vous intéressait directement puisque, si vous avez raison de soutenir que la fixation des prix de revente avantage le fabricant, alors il vous importe directement de la maintenir. — R. Je viens d'indiquer que le fabricant touche le prix de son produit à la porte de son usine, indépendamment de toute vente ultérieure. Je vous ai expliqué qu'il s'intéresse à la renommée du produit ainsi qu'à la faveur qu'il s'est acquise auprès du public au cours des années. Il se rend compte que si un détaillant important se procure son produit mais détruit la faveur dont il jouit en le vendant à un prix réduit que ne peut se permettre le petit détaillant...

D. Vous vous écartez de la question que j'ai posée, monsieur Simpson. Si la fixation des prix de revente ne vous intéressait pas, vous ne seriez pas ici, n'est-ce pas ?

M. CROLL: Un instant !

Le PRÉSIDENT: Monsieur Croll, c'est moi qui préside la séance.

M. CROLL: Alors, soyez sur vos gardes.

Le PRÉSIDENT: Il est loisible à M. Harkness de poursuivre son interrogatoire.

M. Harkness:

D. N'ai-je pas raison de soutenir que si vous n'aviez pas intérêt à maintenir la fixation des prix de revente vous ne seriez pas ici ? — R. Ce sont les motifs exposés au mémoire qui expliquent notre présence ici.

D. Un fabricant nous a affirmé que la fixation des prix de revente dût-elle être interdite, ce serait pour lui la ruine du jour au lendemain. En va-t-il de même quant à l'industrie des accessoires électriques ? — R. Que l'interdiction de la pratique la ruinerait du jour au lendemain ?

Le PRÉSIDENT: En toute justice envers le témoin, la question ne se rapporte à aucun des témoins présents. C'est le représentant d'une autre industrie qui a formulé cette observation.

M. Harkness:

D. Faut-il en dire autant de votre propre industrie ? — R. Je ne le pense pas.

D. Vous ne le croyez pas. Je partage votre avis.

Les exemples que vous nous avez fournis touchant la fluctuation des prix m'ont vivement intéressé, ainsi que la comparaison que vous avez établie entre le prix d'un réfrigérateur en 1939 et en 1951 et celui des aliments aux mêmes dates. Admettez-vous que les cours des produits agricoles, c'est-à-dire, des aliments, étaient très bas en 1939 ? — R. Je n'en sais rien; en toute franchise, cela dépasse les cadres de ma compétence.

D. Si les aliments se vendaient très bon marché en 1939, estimez-vous qu'il soit juste de comparer les prix actuels de la nourriture et des réfrigérateurs avec ceux d'alors ? — R. Je le pense, car le prix des appareils électriques étaient sans doute réduit lui aussi à ce moment-là, monsieur Harkness.

J'en doute. De fait n'est-ce pas surtout parce que votre volume d'affaires s'est énormément accru depuis lors que le prix d'un réfrigérateur électrique a si peu monté depuis 1939 jusqu'à ce jour ? — R. Précisément.

D. En voilà l'explication ? — R. Oui.

D. Si je consulte les chiffres du Bureau de la statistique, je constate que, depuis le mois d'octobre, l'an dernier, jusqu'au mois d'avril de cette année, l'indice du volume des affaires variait de 914 à 999.5. En d'autres termes, il est neuf ou dix fois plus élevé qu'en 1939. Voilà la principale raison pour laquelle il vous est possible de vendre un réfrigérateur au prix que vous demandez. — R. Nous le reconnaissons.

Le PRÉSIDENT: Vous avez le temps de poser une autre question, monsieur Harkness.

M. Harkness:

D. La question suivante découle d'un sujet qu'on a déjà soulevé. Je me suis donné la peine de parcourir certaines annonces parues dans les journaux américains où sont énumérés des prix de réfrigérateurs et de lessiveuses. J'ai constaté que la lessiveuse *General Electric,* d'une capacité de 17 gallons, se vendait à Détroit le 20 novembre 1951, $109.90, ce qui est beaucoup plus bas que le prix des lessiveuses canadiennes. J'ignore de quelle machine il s'agissait. Il y avait également un réfrigérateur Hotpoint, de huit pieds cubes qui se vendait $249.95. Le prix du vôtre est de $399. Comment expliquez-vous un tel écart ?

M. BUTTERS: En premier lieu, il me semble impossible de s'entendre sur un tel chiffre. Ce n'était pas, j'imagine, des prix courants. Vous avez, dites-vous, relevé ces prix dans un journal américain. Il y a beaucoup de ventes à rabais en ce moment, tant au Canada qu'aux Etats-Unis, entre revendeurs. Vous avez également mentionné qu'il s'agissait d'une General Electric.

M. HARKNESS: Quant au réfrigérateur Phillips, l'annonce était commanditée par la société Phillips.

M. BUTTERS: Quelle marque de réfrigérateur était-ce ?

M. HARKNESS: Un Philco, de neuf pieds cubes, à $289.95.

M. BUTTERS: C'est-à-dire $300.

M. HARKNESS: Non, $289.95.

M. BUTTERS: Je m'excuse, j'avais compris $298.

M. HARKNESS: Votre propre réfrigérateur, c'est-à-dire le General Electric de huit pieds cubes, se vend $299.95 aux Etats-Unis.

M. BUTTERS: Il se peut que les représentants de la Philco soient en mesure de sacrifier leur marge de bénéfice, mais il serait très difficile d'établir les frais et bénéfices des fabricants, qui sont rien moins que statiques. Il serait malaisé de répondre à la question ou de dresser un état comparatif à moins de posséder toutes les données relatives à chacun des réfrigérateurs en question. Je sais cependant que nous avons aux États-Unis un réfrigérateur de 10 pieds cubes. Lorsque nous avons abordé le sujet, j'ai griffonné quelques chiffres portant sur une comparaison des prix. Mettons, par exemple, qu'à titre de fabricant nous achetions de la General Electric, aux prix du distributeur aux États-Unis, un réfrigérateur de 10 pieds cubes, que nous en déduisions la taxe d'accise exigée aux États-Unis, taxe de 10 p. 100 comme on le sait, puis qu'on y ajoute le change, qu'on acquitte la douane, la taxe de vente et la taxe d'accise exigées des commerçants canadiens; qu'on ajoute encore mettons $6 à $8 de frais de transport ainsi qu'une marge brute de bénéfice pour nous-même et pour le revendeur, — ce qui se pratique communément dans le commerce aujourd'hui, tant aux États-Unis qu'au Canada, alors le réfrigérateur se vendrait $580 au Canada.

M. HARKNESS: Combien se vend-t-il au Canada ?

M. BUTTERS: Nous ne l'importons pas. Il s'agissait de fournir un exemple, aux fins de la discussion.

M. HARKNESS: Quel réfrigérateur analogue avez-vous au Canada ? Combien se vend-t-il ?

M. BUTTERS: $499 pour un appareil plus petit d'environ un demi-pied cube, mais nous avons aussi le réfrigérateur sans accessoires qui se vend $439. Mais là aussi, il faudrait entrer dans le détail car le modèle canadien comporte des tablettes qui sont absentes du modèle américain. Cela coûte davantage. Il faut tenir compte de tous ces éléments.

Le PRÉSIDENT: Vous serait-il possible de poser vos autres questions plus tard, monsieur Harkness ?

M. HARKNESS: On ne m'a pas encore expliqué ces écarts. J'aimerais qu'on me fournisse des renseignements précis sur ce qui motive ces écarts considérables des prix.

Le PRÉSIDENT: Nous serait-il possible de demander au sous-comité du programme et de la procédure, de concert avec l'avocat et le commissaire aux coalitions, de rédiger une de ces questions, afin de la soumettre aux fabricants qui comparaîtront plus tard ?

M. HARKNESS: N'y a-t-il aucun de ces messieurs qui puisse répondre à la question dès maintenant ?

M. SIMPSON: Cela tient surtout à ce que la production des usines canadiennes ne dépasse peut-être pas le dixième de celle des usines américaines. Le coût des outils est élevé; aussi lorsqu'on peut les répartir sur un volume considérable, le prix de revient en est réduit d'autant. Ajoutons à cela la taxe de 10 p. 100 et, sur ce montant global, la taxe d'accise de 15 p. 100.

Le PRÉSIDENT: Non, pas sur le montant global, monsieur Simpson. Elle est calculée sur le même montant. A votre tour, monsieur Carter.

M. Carter:

D. Vous avez dit ce matin, sauf erreur, que le consommateur qui se procure un article, soit un appareil électrique, achète non seulement l'article, mais aussi l'entretien et les réparations de l'article. Est-ce bien cela ? — R. On doit lui fournir l'entretien et les réparations que pourrait exiger l'article pendant la période de garantie de cinq ans. Autrement dit, le vendeur doit consacrer pendant cinq ans une partie de la marge de bénéfice qu'il touche, le cas échéant, à assurer le bon fonctionnement de l'appareil.

D. De sorte qu'il existe une relation étroite entre l'entretien et la garantie que le fabricant assure au consommateur, n'est-ce pas ? — R. En effet.

D. Et cette garantie tend à parer aux ennuis éventuels pour le consommateur; elle crée au fabricant une obligation à l'égard des défauts de fabrication ou de qualité du matériel de l'article en cause, n'est-ce pas ? — R. Oui; mais il s'en acquitte par l'intermédiaire de son détaillant. Il ne dispense pas lui-même ces services directement. Il le fera sans doute, à la demande du consommateur, si, entre temps, le détaillant a cessé son commerce.

D. Oui, mais la garantie constitue une obligation envers le consommateur de remédier à tout défaut de fabrication de l'article en cause. — R. Parfaitement. Le fabricant garantit que le produit résistera à l'épreuve.

D. Dans ce cas, le fabricant ne devrait-il pas prendre à son compte les frais qui découlent de tels défauts au lieu de les faire payer au consommateur ? — R. C'est ce qu'il fait, M. Carter. Cela se fait à l'égard des oranges ou à l'égard des bananes. Peu importe qu'il accorde au détaillant une marge suffisante de bénéfices

pour défrayer le coût de ce service ou que, se chargeant lui-même de ce soin, il hausse ses prix en conséquence.

D. Mais pourquoi faites-vous entrer cela dans la fixation des prix ? Voilà le point important. Pourquoi faire entrer cela dans le prix fixé de l'article en cause ? — R. Parce que le détaillant, chargé de dispenser ces services, s'étant retiré des affaires, le consommateur demande au fabricant d'y voir lui-même.

D. Le fabricant ne devrait-il pas en acquitter lui-même les frais ? — R. S'il a d'abord majoré ses prix afin d'y pourvoir au lieu d'en tenir compte dans la marge de bénéfices du détaillant, il faut que ces frais entrent en ligne de compte d'un côté ou de l'autre.

D. A la page 4 vous faites mention de la hausse de l'indice de la main-d'œuvre depuis 1939. Pouvez-vous me dire quelle est la proportion approximative des frais de fabrication attribuables à la main-d'œuvre ? — R. Je n'en ai pas le chiffre, mais je crois la proportion très élevée.

D. Quelqu'un d'entre vous a-t-il ce renseignement ?

M. LONGESTAFF: Tous les frais découlent de la main-d'œuvre.

M. CARTER: Les frais de fabrication d'un article comprennent le coût de la main-d'œuvre et celui des matériaux.

M. LONGESTAFF: Les matériaux sont, à l'origine, le fruit de la main-d'œuvre. Tout provient de la main-d'œuvre.

M. CARTER: Ce n'est pas la question, monsieur le président. Ma question est la suivante: dans quelle proportion le coût de la main-d'œuvre entre-t-il dans les frais de fabrication d'un article donné ?

M. LONGESTAFF: Il comprend tout.

L'hon. M. GARSON: Si celui qui questionne doit s'en tenir à une période de 10 minutes, il y a lieu, je crois, de lui permettre de poser sa question et d'obtenir une réponse raisonnable sans l'interrompre.

Le TÉMOIN: Je n'ai aucun chiffre à ce sujet, mais je me hasarde à dire que le coût de la main-d'œuvre représente les trois quarts du prix de revient. M. Butters juge ce chiffre estimatif trop élevé. Il le corrigera.

M. Carter:

D. Peut-il nous donner son avis ?

M. BUTTERS: Cela dépend de ce que vous voulez dire. S'agit-il de la main-d'œuvre directe ou indirecte ?

D. De la main-d'œuvre directe. — R. Dans toute la production d'une usine, quelle est la proportion du prix de revient du produit que représente la main-d'œuvre ?

D. Parfaitement. — R. Je ne fais qu'une conjecture sans consulter la statistique. Je ne suis pas spécialiste en production, mais je crois que c'est à peu près 45 p. 100; cela dépend encore une fois de ce dont il s'agit. Pour ce qui est des glacières électriques, je crois que ce chiffre est assez exact.

Le PRÉSIDENT: Sauf erreur, M. Carter demandait à M. Simpson non pas ce qu'il en coûte pour la main-d'œuvre depuis l'extraction des matières premières, mais plutôt, en s'en tenant à la fabrique, à quelle proportion des frais de l'usine équivaut le coût de la main-d'œuvre.

M. BUTTERS: Je préfère vérifier ce point, s'il est important. Ce serait à peu près ce chiffre; toutefois, je faisais abstraction du fait que le moteur est fabriqué dans un autre de nos établissements, de sorte que la main-d'œuvre entre également

en ligne de compte à cet égard. L'analyse révélerait probablement que c'est près de 45 p. 100.

M. CARTER: En tout cas, ce serait moins de 50 p. 100.

M. BUTTERS: Je le pense.

M. CARTER: Pouvez-vous me dire quelle proportion des frais représentent les immobilisations normales ?

M. BUTTERS: Je crois qu'il est impossible de répondre à la question ainsi posée, monsieur Carter. Tout dépend des immobilisations.

M. CARTER: Pouvez-vous me dire alors quelle proportion des immobilisations est affectée normalement au renouvellement de l'outillage en vue de la fabrication de nouveaux modèles et ainsi de suite ?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Carter, un de ces messieurs est directeur de l'Association et l'autre représente les organismes de vente. Je crois qu'il s'agit là d'une question technique qu'en toute justice il faudrait poser au comptable de prix de revient des sociétés en cause plutôt qu'à ces messieurs.

M. Carter:

D. Le coût de l'assurance-chômage, des régimes de pension et les autres frais analogues entrent dans le calcul des frais de la main-d'œuvre, n'est-ce pas ? Tout cela entre dans les frais de fabrication ? — R. Oh, oui. Absolument.

D. A la page 3, vous faites mention de glacières électriques et d'autres articles, Société A et Société B. Sont-ce les prix canadiens ou les prix américains ? — R. Ce sont les prix canadiens.

D. S'agit-il de prix de gros ou de détail ? — R. Ce sont les prix marqués. Je crois avoir déjà fourni cette précision.

D. Je regrette de ne l'avoir pas saisie.

Le PRÉSIDENT: Votre dernière question, monsieur Carter.

M. Carter:

D. Pouvez-vous me dire quel est le rapport entre les comparaisons que vous avez faites au sujet des vêtements et de la nourriture et la hausse du prix de revient des appareils électriques ? R. Quel est le rapport avec la hausse du coût des appareils électriques ?

D. Oui, avec l'augmentation des frais. C'est l'une de vos raisons. — R. L'augmentation du coût de la main-d'œuvre et des matériaux influerait beaucoup sur le prix de revient des appareils électriques; toutefois, ce n'est pas pour cette raison que les comparaisons ont été faites, mais bien parce que les appareils électriques sont assujétis à la fixation des prix de revente, tandis que les autres sujets de comparaison que nous avons employés ne le sont pas, en général.

D. S'ensuit-il nécessairement que si ces articles avaient été assujétis aux prix fixés, il y aurait des hausses comparables à l'égard des vivres, des vêtements et d'autres articles ? — R. Pas nécessairement, mais la chose est possible.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Mott veut-il poser des questions ?

M. Mott:

D. La plupart des questions que j'allais poser ont déjà reçu une réponse, monsieur le président. M. Simpson a dit cependant, sauf erreur, que 15 p. 100 de notre capacité de fabrication électrique sont affectés à la production des appareils électriques, tandis que l'industrie lourde en absorbe environ 85 p. 100. — R. C'est la proportion approximative.

D. Je veux aussi poser une question au sujet de la société A. Vous dites que le prix d'une glacière électrique a monté de $15 seulement, et vous signalez en

même temps que les matériaux, l'acier et les autres métaux, accusent une hausse de prix de 100 p. 100. Je présume, d'autre part, que le coût de la main-d'œuvre a aussi augmenté énormément pendant ces dix ans ? Que représente la main-d'œuvre dans la hausse des frais de fabriaction ? — R. Je n'ai pas le renseignement pour les dix ans, monsieur Mott, mais d'après le Bureau fédéral de la statistique, l'indice du coût de la main-d'œuvre, qui était de 100 en 1941, est maintenant de 286, ce qui équivaut, à l'égard de la main-d'œuvre, une augmentation de 186 p. 100 depuis 1941.

D. Prenons une augmentation de 186 p. 100. En d'autres termes, c'est la production en série qui permet de maintenir les prix des glacières électriques au niveau auquel ils sont aujourd'hui ? — R. Parfaitement.

D. C'est un effet de la production en grande série. Ces articles sont maintenant assujétis au régime de la fixation des prix ? — R. Dans la plupart des cas, mais pas dans tous les cas.

D. Vous avez signalé également que la plupart des fabriques, du moins un bon nombre, ont des entrepôts qui sont probablement remplis. Vous ne pouvez présentement écouler ce produit en particulier, ni les autres appareils électriques ? — R. C'est exact. Ils ne s'écoulent pas.

D. Si le prix de revente était fixé à un plus bas niveau, assez bas pour contrebalancer les impôts qui frappent ces articles depuis environ deux ans, et si les marchands pouvaient ainsi les écouler en plus grand nombre, la production en série ne s'en ressentirait-elle pas au point de vous assurer une marge de bénéfices plus considérable et plus juste ? C'est grâce à la production en série, dites-vous, que vous avez réussi à maintenir les prix à un bas niveau. Vous pourriez maintenir les bas prix si vous pouviez poursuivre la fabrication. D'autre part, impossible de maintenir les bas prix sans fabriquer. Maintenant, si les prix de revente étaient abaissés de façon à libérer les entrepôts de ces glacières électriques, vous pourriez poursuivre la fabrication en série et les prix demeureraient aussi bas qu'ils le sont présentement, ou même plus bas. Somme toute, vous avez pu maintenir les bas prix grâce à la production en série et plus les ventes sont considérables, moins la fabrication coûte cher. Si le détaillant pouvait écouler ces articles, n'auriez-vous pas tendance à en poursuivre la fabrication à plus bas prix ? — R. Je partage entièrement vos observations jusqu'à la dernière; mais, c'est un fait que le marché ne peut présentement absorber ces appareils à cause des restrictions imposées au crédit du consommateur, de la taxe de vente et de la taxe d'accise, et aussi par suite de la hausse de l'indice du coût de la vie, qui est de 20 depuis un an.

Le PRÉSIDENT: De 20 p. 100 ?

Le TÉMOIN: Je veux dire de 20 points. La moyenne des gens n'a pas assez d'argent dans ses goussets pour acheter les articles dont elle a besoin et, par conséquent, à tout événement, il y a chez le consommateur une résistance établie à l'égard de tout achat. J'ignore la cause du fléchissement considérable des ventes depuis avril. J'ai sur le sujet mes propres idées, que je n'ai pas exprimées et qui peuvent être erronées. Le fait est que le marché est inexistant. Vous estimez, n'est-ce pas, que si nous continuons la production à un rythme extraordinairement élevé, inondant le marché de ces produits, on s'en chargerait simplement pour en abaisser le prix de revient ?

M. Mott:

D. Non, mais j'estime... — R. Si les produits n'étaient pas absorbés, il s'en suivrait une perte énorme.

D. Une des raisons pour lesquelles on vend à si bon compte aux États-Unis vient de ce que la population y est de 120 millions d'âmes, que le champ y est plus vaste et qu'on peut y appliquer les méthodes de production en grande série. Je ne crois pas qu'il y ait chez le consommateur la résistance dont vous parlez,

parce que la moyenne de l'embauche et des salaires est excellente et capable de parer à la hausse du coût de la vie, du moins en ce qui a trait aux grandes industries. Je pensais, comme vous avez pu en juger si vous avez suivi mon raisonnement du commencement à la fin, que le consommateur pourrait obtenir ces articles à plus bas prix si l'industrie pouvait continuer la production en grande série, méthode à laquelle il faut attribuer, soutenez-vous, la faible hausse des frais de fabrication.

M. MOTT: C'est indubitable; lorsque les entrepôts sont remplis, — et ils le sont, nous n'avons aucune raison d'en douter, — ne vaut-il pas mieux les livrer au public, au consommateur, les vendre, plutôt que les garder en magasin ?

Le TÉMOIN: Pas à perte.

M. MOTT: Non, pas à perte.

Le TÉMOIN: Je vois le raisonnement. Je crois qu'il n'y a pas lieu d'insister trop longuement là-dessus, parce que la situation est la même aux États-Unis qu'au Canada. En dépit de la pénurie de matériaux, les fabricants d'appareils des États-Unis qui, en vertu du programme de défense ont reçu des commandes anticipées pour combler la différence, ont expédié au Canada, en l'espace de neuf mois (janv.-sept.), quelque 100,000 glacières électriques, alors qu'ils n'avaient pas, prétend-on, les matériaux nécessaires à la production. On voit par là qu'ils avaient en magasin, ou en main, une grande quantité d'articles qu'ils ne pouvaient écouler.

M. MOTT: C'est parfait. L'autre question que je voulais poser vise les marchands. Existe-t-il une distinction injuste, — et j'emploie le terme à dessein, — entre les marchands d'appareils ? Supposons, par exemple, qu'il y ait deux magasins d'appareils électriques du même modèle à proximité l'un de l'autre et que l'un d'eux ferme ses portes; je crois, sauf erreur, que l'exploitant de l'autre magasin ne peut acheter aucun des articles de celui qui, mettons, aurait fait faillite. N'en est-il pas ainsi ?

Le TÉMOIN: Voici ce que j'en pense, monsieur Mott. Je ne parle ici qu'en mon propre nom, car je suis sur un terrain inconnu. J'imagine que tout fabricant n'a qu'un nombre restreint de marchands auxquels il peut fournir ses produits. En d'autres termes, il n'a pas besoin de trois marchands sur la même rue dans un seul pâté de maisons. D'abord, il ne peut vendre ses articles par une telle méthode qui ne ferait qu'accroître les frais afférents à la mise de l'article sur le marché. Est-ce que cela répond à la question ?

M. MOTT: Oui, certes. En d'autres termes, le distributeur en gros décide du nombre de ses débouchés et il se fonde à ce sujet, j'imagine, sur l'endroit, la distance et les circonstances dont il est question dans votre mémoire.

Le TÉMOIN: Puis-je inviter M. Kennedy à répondre à cette question ?

M. KENNEDY: J'aimerais essayer de répondre à la dernière partie de votre dernière question. Je ne voudrais pas laisser l'impression que l'endroit où se trouve le marchand d'appareils est le point le plus important. Nombre de ces marchands dont le magasin est situé à un endroit peu satisfaisant se sont révélés supérieurs à d'autres dont le magasin occupait un endroit de premier choix et qui se contentaient d'attendre la clientèle. Je ne voudrais pas que le Comité gardât l'impression que les marchands sont choisis d'après l'endroit où ils exercent leur commerce. Ils sont choisis, tout comme les autres hommes d'affaires, pour leur intelligence, leur audace, leur solvabilité, leur importance dans la collectivité et ainsi de suite.

Le PRÉSIDENT: M. Welbourn.

M. WELBOURN: On a déjà répondu à la question que je voulais poser, monsieur le président, merci.

M. THATCHER: Je désire revenir sur une question posée par M. Mott, sur l'à-propos de réduire les prix des appareils en vue d'en accroître la vente. D'abord,

dans ce commerce, monsieur Simpson, est-ce la coutume de reprendre des articles en compte ?

Le TÉMOIN: Oui.

M. THATCHER: Votre association a-t-elle une idée de la proportion des ventes de détail d'appareils comportant des reprises ? Le nombre en est-il considérable ou non ?

M. KENNEDY: Si vous pouviez parler pour le moment des appareils importants, telles les glacières électriques et les cuisinières électriques.

M. THATCHER: J'aimerais que la réponse comprenne les lessiveuses, les radios et les autres appareils du même genre.

M. KENNEDY: Je ne puis répondre aux questions s'appliquant aux postes de radio, parce que je n'en fais pas le commerce.

M. THATCHER: Veuillez alors répondre en faisant abstraction de ces appareils.

M. KENNEDY: En raison du crédit au consommateur et des lourds impôts, au moins les trois quarts et peut-être les quatre cinquièmes des achats d'appareils importants faits aujourd'hui par les foyers particuliers comportent des reprises que le détaillant doit absorber; c'est là l'opinion d'un représentant de l'industrie.

M. THATCHER: Dans votre industrie, est-ce la coutume qu'une société décide du montant que le détaillant peut accorder pour une reprise ?

M. KENNEDY: Je ne puis encore parler qu'au nom d'une société et non pas de l'industrie. Ce n'est pas la méthode ordinaire.

M. THATCHER: Ainsi, d'après vous, il y a aujourd'hui concurrence réelle dans le domaine des appareils même si les articles sont assujétis au régime des prix fixés. La concurrence naît de la valeur que chaque détaillant est disposé à reconnaître à la reprise.

M. KENNEDY: Fort de mes vingt-six ans d'expérience dans le commerce des appareils, je puis dire avec assurance, en réponse à votre question, si la chose vous intéresse, que la concurrence au niveau du détail est aujourd'hui plus vive qu'à toute autre période depuis 26 ans.

M. THATCHER: D'après votre expérience n'est-il pas vrai que, dans la période difficile que nous traversons, la valeur des articles repris en compte connaît une très forte hausse et que, par le fait même, le prix réel exigé du consommateur à l'égard des divers appareils, même sous le régime des prix fixés, a subi une baisse sensible.

M. KENNEDY: Je partage cette opinion.

M. Thatcher:

D. Maintenant, monsieur Simpson, j'aimerais que vous nous parliez des prix au cours de la période écoulée depuis 1945. Vous nous avez déjà dit que depuis l'imposition des nouvelles taxes, la plupart des articles sont en très grande abondance. Convenez-vous cependant qu'auparavant les denrées étaient souvent rares et difficiles à obtenir ? — R. Autant que je sache, il y a eu jusqu'à il y a environ un an un arriéré considérable de l'offre par rapport à la demande du consommateur. L'effort tenté par le Gouvernement pour parer au manque de dollars a favorisé l'essor de la production. En vue d'économiser des devises des États-Unis, il a accru l'importance de la fabrication canadienne de ces articles et la plupart des fabricants ont agrandi leurs usines.

D. N'est-il pas vrai, (n'ayant que dix minutes, je suis au regret d'avoir à vous presser) que de 1945 à 1950 bon nombre de marchands canadiens, en réalité presque tous les marchands du Canada, avaient beaucoup de difficulté à obtenir tous les appareils qu'ils désiraient, en particulier ceux qui sont fabriqués en acier ? — R. C'est exact dans le domaine des appareils importants.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Et il n'y avait pas alors de reprise.

M. Thatcher:

D. Vous convenez, j'imagine, que la hausse des prix est normale en période de pénurie ? — R. La chose serait certes très normale.

D. Vous avez soutenu que la hausse du prix des appareils électriques n'a pas été aussi rapide que celle du prix des autres produits pendant cette période. Estimez-vous que les prix sont restés bas dans maintes localités au cours de cette période de pénurie, parce que les appareils étaient assujétis à la fixation des prix ? — R. Absolument. Ce régime a empêché le détaillant de vendre au delà du prix marqué. De fait, je l'ai déjà signalé, un fabricant a retiré l'autorisation de vendre son produit à un détaillant qui l'avait vendu au-dessus du prix fixé par le fabricant.

D. En d'autres termes, au cours de la période de pénurie de 1949 à 1950, la fixation des prix de revente a peut-être permis au consommateur d'acheter les appareils à plus bas prix ? — R. Tel est bien mon avis.

D. Vous avez dit, il y a un instant, que la main-d'œuvre représente de 45 à 50 p. 100 de vos frais ? — R. C'est ce qu'a dit M. Butters, — directement ou indirectement.

D. Est-il vrai que cette main-d'œuvre serait en grande partie syndiquée ? — R. C'est bien le cas.

D. Un mémoire estime que les employés aiment à louer leurs services à un tarif uniforme, en d'autres termes, aiment à vendre leur produit, c'est-à-dire leur travail, d'une manière ordonnée, par l'entremise d'un syndicat. Les employés de l'industrie électrique adoptent-ils une telle attitude ? — R. Je le crois.

D. Vous ne les en blâmez pas ? — R. Non, je ne crois pas qu'on doive leur en tenir rigueur.

D. Votre association voit-elle une analogie entre le désir des syndicats ouvriers d'offrir leurs services d'une manière méthodique, celui des organismes agricoles d'écouler leurs produits d'une manière méthodique et votre propre demande de conserver la fixation des prix de revente afin de pouvoir vendre vos produits de la même façon ? — R. Sous notre régime démocratique nous avons au moins droit au même privilège que ces gens.

M. MacInnis: Puis-je poser une question ?

M. Thatcher: Je n'en ai que pour une minute.

M. Thatcher:

D. Vous estimez donc qu'en réclamant un mode de vente ordonnée au moyen de la fixation des prix de revente votre groupement ne demande en principe que la même chose que demandent à l'égard de leurs produits les syndicats ouvriers et les organismes agricoles ? — R. Je crois que c'est juste.

D. Et vous estimez également que si le Gouvernement devait empêcher la fixation des prix dans un domaine, il devrait probablement en toute justice l'empêcher dans les autres ? — R. C'est, je crois, la conclusion qui découle de votre raisonnement.

D. Très bien.

Le Président: Le témoin dit, veuillez le remarquer, que cela découle de votre raisonnement et non pas qu'il le croit nécessairement.

M. MacInnis:

D. Lorsqu'il y a divergence d'opinion sur les salaires, comment établit-on les salaires ? Lorsqu'il y a divergence d'opinion entre l'ouvrier syndiqué, l'industrie et le conseil d'administration sur l'échelle des salaires à établir, comment arrive-t-on à résoudre le problème ? — R. Je ne connais rien des relations industrielles de nos sociétés. J'imagine que ce sont des problèmes particuliers à chacune d'elles et dont je ne saurais rien.

D. En supposant qu'on arrive à une solution au moyen d'un conseil d'arbitrage nommé par le Gouvernement, conviendriez-vous que c'est la méthode ordinaire ? — R. Non, je ne sais que répondre à la question.

D. Vous l'ignorez. Un de ceux qui sont ici avec vous aujourd'hui sait-il à quoi s'en tenir à ce sujet ?

M. LONGESTAFF: Monsieur le président, j'ose dire que la réponse à la question précise de M MacInnis est: "non".

M. MACINNIS: Comment le conseil d'arbitrage est-il nommé ?

M. LONGESTAFF: La plupart des différends entre les ouvriers et les patrons ne sont pas réglés par les conseils d'arbitrage.

M. MACINNIS: Mais je veux me renseigner sur les cas où les patrons et les syndicats ne sont pas d'accord.

M. LONGESTAFF: Ils le sont ordinairement.

Le PRÉSIDENT: Veuillez répondre à la question qui a été posée, monsieur Longestaff.

M. MACINNIS: Les fabricants accepteraient-ils que leurs prix fussent établis, mettons, par une commission des prix nommée par l'Etat, de la même manière que les salaires sont réglés par des conseils d'arbitrage nommés par lui ?

M. LONGESTAFF: Le régime de la fixation des prix vient naturellement de ce que le distributeur veut réaliser certains bénéfices. Il ne s'intéresse pas au produit de celui qui veut recourir à une autre méthode de vente. Pour assurer à ma fabrique tous les débouchés possibles je dois vendre mon produit de la manière la plus avantageuse. On présume que cela se fait grâce à une méthode mystérieuse dite de fixation des prix. Il me faut accepter cette opinion qui est la raison d'être du Comité. Nous savons cependant que le distributeur veut toucher un certain escompte sans lequel il n'écoulera pas nos produits.

M. MACINNIS: Il ne s'agit pas de cette question.

M. LONGESTAFF: Nous devons prendre les meilleurs moyens de mettre nos produits à la portée de la population.

Le PRÉSIDENT: Vous êtes loin de la question que M. MacInnis a posée.

M. MACINNIS: Je ne suis pas nécessairement opposé au régime des prix fixés; mais la fixation des prix, si elle s'impose, ne devrait pas, à mon avis, être l'œuvre de simples particuliers. Il n'y a pas lieu, je crois, de laisser aux particuliers le soin de régler entre eux, comme un problème d'intérêt privé, l'imposition de prix fixes.

Le TÉMOIN: Oh, vous recommandez donc la réglementation du commerce par l'État ?

M. MACINNIS: S'il doit y avoir imposition de prix fixes, une telle imposition comporte un code de droit privé dont on ne peut interjeter appel aux tribunaux. . .

Le PRÉSIDENT: Il est une heure, messieurs, et nous avons décidé d'interrompre nos délibérations à une heure. Quel est maintenant le bon plaisir du comité au sujet du programme ?

M. THATCHER: Je crois, monsieur le président, que nous devrions convoquer de nouveau ces témoins, parce que plusieurs d'entre nous ont encore des questions à poser.

M. FULTON: Je crois que nous devrions formuler les questions au sous-comité du programme et nous assurer s'ils peuvent revenir immédiatement avec la réponse.

Le PRÉSIDENT: Si le sous-comité du programme, l'avocat et le Commissaire aux coalitions peuvent s'entendre sur les questions, nous nous réunirons et verrons quand ils pourront revenir. Nous pourrons, je crois, leur donner un plus long préavis qu'aujourd'hui.

M. F. R. HUME: Certains intéressés s'en vont assister à des réunions à New-York. Si vous nous donniez un préavis, nous pourrions donc les rappeler de nouveau.

Le PRÉSIDENT: Le sous-comité du programme se réunira à 3 heures et demie.

Le Comité s'ajourne.

APPENDICE A

CEMA

Canadian Electrical Manufacturers Association
126 Davenport Road (à Belmont),
Toronto 5, Canada

Téléphone: Midway 1139

le 21 novembre 1951

AU Comité mixte des deux Chambres du Parlement chargé d'étudier le rapport intérimaire du Comité MacQuarrie sur le maintien des prix.

Messieurs,

Le Conseil d'administration de la Canadian Electrical Manufacturers Association accueille avec joie l'occasion de présenter ses observations à votre Comité et soumet par les présentes l'expression de son opinion sur "la fixation des prix de revente".

Composition de la Canadian Electrical Manufacturers Association.

La Canadian Electrical Manufacturers Association, formée en 1944 par un groupe de dirigeants clairvoyants de l'industrie, compte maintenant cent quarante-cinq sociétés-membres. D'après le dernier rapport du Bureau fédéral de la statistique, le rendement actuel de l'industrie des appareils électriques est de près de 580 millions de dollars. L'industrie emploie directement environ 60,000 personnes. Les sociétés-membres de l'Association représentent environ les neuf dixièmes du chiffre d'affaires de l'industrie.

L'Association a pour objet de favoriser et de servir les intérêts des fabricants d'appareils électriques, d'éveiller l'intérêt du public à l'égard des problèmes de fabrication, de technique, de sécurité, de transport et autres de l'industrie électrique et, à cette fin, entre autres détails:

a) d'accroître les services électriques au bénéfice du public et d'en améliorer la qualité;

b) de favoriser l'uniformisation des produits électriques;

c) de recueillir les renseignements relatifs à l'industrie électrique et de les mettre à la portée des membres de l'Association et du public;

d) de représenter les membres de l'Association auprès des commissions législatives, des ministères et organismes de l'État et des autres organismes et de collaborer avec eux dans les matières qui intéressent l'industrie; et

e) de favoriser l'esprit de collaboration entre les membres de l'Association en vue d'améliorer la production, d'augmenter la distribution et d'accroître le rendement des produits électriques.

Le présent mémoire est soumis au nom du Conseil d'administration de l'Association, qui a été dûment élu à la réunion annuelle tenue en septembre 1951.

"Fixation des prix de revente"

Pour ce qui est du rapport intérimaire du Comité MacQuarrie chargé d'étudier la législation relative aux coalitions, rapport daté du 1er octobre, nous pouvons dire que même si le sujet de la fixation des prix de revente n'intéresse pas directement les fabricants, ceux-ci s'intéressent au bien-être de leurs organismes de distribution et de leurs débouchés de détail, ainsi qu'au bien-être d'un régime de vente qui a reçu depuis de nombreuses années l'approbation générale du public.

Le régime des prix fixes de revente constitue simplement une reconnaissance du droit du fabricant d'un produit en particulier d'en établir le prix de vente qui sera exigé du public. Ce n'est pas une entente entre concurrents en vue de maintenir les prix élevés; ce n'est pas non plus une méthode qui se rattache aux bénéfices gros ou faibles, mais comme on l'a dit, seulement à la vente des produits courants et qui a reçu l'appui général des consommateurs de tout le continent.

Le fabricants ont naturellement intérêt à ce que leur entreprise réussisse tant au point de vue du bien-être de leurs employés qu'à celui de leurs obligations envers les actionnaires. L'heureuse exploitation d'une entreprise signifie que l'économie est saine; dans le cas contraire tout le monde souffre. Le plus grand succès des fabricants consiste à vendre le plus grand nombre possible de produits satisfaisants à des prix que le public peut payer et qui leur rapportent des bénéfices raisonnables. Si le produit n'est pas satisfaisant ou si les bénéfices sont déraisonnables, ils ne peuvent atteindre cet objectif. Il est établi que la responsabilité du fabricant à l'égard de son produit ne prend pas fin à la sortie de l'usine; s'il veut en maintenir la qualité et la réputation il lui faut aussi s'intéresser directement à ce que le produit donne satisfaction après la vente.

Nous croyons que l'établissement du régime des prix fixés coïncide avec l'acceptation de cette responsabilité de la part des fabricants et qu'il en est la conséquence. Le moyen le plus satisfaisant pour le fabricant de s'assurer que le commerce de distribution s'acquittera de cette responsabilité envers le consommateur consiste à réglementer dans une certaine mesure les prix de revente de ses produits, ainsi que les méthodes de vente et les services requis. Les avantages de cette méthode de distribution sont les suivants:

1. La plupart des biens de consommation fabriqués par l'industrie des appareils électriques sont de nature très technique et, pour les utiliser avec succès, il faut savoir comment s'en servir et en confier l'entretien à des spécialistes. Comme l'achat de ces articles ne se répète pas souvent, la réputation du fabricant dépend, dans une bonne mesure, de la durée de service utile qu'ils peuvent donner. Il importe donc que le fabricant trouve des vendeurs compétents et bien outillés, qui resteront en affaires, pour vendre ses produits de façon que le public reçoive la pleine valeur de son argent. Dans ce cas, la valeur ne réside pas uniquement dans le coût initial, mais dans la durée de service satisfaisant qu'on obtient de ces articles, compte tenu de leur coût initial. C'est faire sans doute un mauvais marché que d'acheter un appareil électrique à bas prix s'il ne donne pas satisfaction ou s'il est impossible d'obtenir les pièces de rechange ou les services nécessaires d'entretien. Ce principe s'applique aussi, dans une moindre mesure, aux pièces et aux services qui ne sont pas facilement disponibles. Pour ce qui est de la vente de ces produits, le marchand qui vend le moins cher n'est pas nécessairement le meilleur, car le public obtient les plus grands avantages de celui qui, vendant à un prix raisonnable, assure le service le plus efficace. Le fabricant propose un prix propre à assurer un tel service et il doit conserver le droit de refuser de vendre à des marchands qui n'admettent pas cette responsabilité.

2. Le fabricant qui se tient responsable de ses produits lorsqu'ils sont entre les mains du public ne peut rester indifférent aux conditions de vente desdits produits. Aucun être raisonnable ne prétendra qu'un fabricant doit être contraint de fournir ses produits à un marchand qui ne paie pas ses comptes. Le tort fait au fabricant et au public est encore plus considérable lorsqu'un marchand adopte de propos délibéré une méthode de réduction néfaste des prix et se refuse à donner un service satisfaisant à l'égard des produits du fabricant.

3. Chacun des fabricants ne peut bénéficier des avantages de la production en série que s'il est assuré de la distribution méthodique de ses produits. Il doit donc, pour y arriver, réglementer dans une certaine mesure les prix de revente. Si, par

suite de l'instabilité des conditions du marché, il perd les avantages de la production en série prévue, le prix exigé du consommateur dépassera bientôt de loin celui des aubaines provisoires qu'on aura pu obtenir, parce que le fabricant sera incapable de maintenir la qualité, la continuité de la production de même que les services relatifs à ses produits.

4. Le fabricant doit, pour que le mode de distribution de ses produits soit efficace, vendre et livrer lesdits produits en quantité considérable aux distributeurs et aux marchands et utiliser ainsi leurs entrepôts. Le commerce de distribution doit donc être assuré de bénéfices raisonnables sinon, il fera ses achats au jour le jour, d'où accroissement des frais et hausse des prix exigés du consommateur.

5. Lorsqu'il entreprend la fabrication de nouveaux produits, le fabricant a coutume d'étudier à fond l'état du marché afin de s'assurer dans quelle mesure le produit est en demande et de juger de la qualité et du prix qui le feront le mieux accepter du public. Il lui est nécessaire de faire connaître ce prix au public, autrement il n'atteindra pas son but et le public en souffrira, parce que les marchands pourront exiger à l'égard du nouveau produit un prix trop élevé qui en restreindra la distribution.

6. Les consommateurs n'ont pas souffert des "prix de revente" proposés dans l'industrie des appareils électriques, mais ils en ont sans doute bénéficié, comme le démontrent les exemples suivants que nous ont fournis des sociétés, membres de notre association, qui vendent aujourd'hui des produits comparables à ceux qu'elles vendaient en 1939, mais qu'elles ont améliorés depuis, il va sans dire, quant au modèle, à la commodité et au fonctionnement.

Exemple 1er—*société A* En 1939, la société A vendait $284.50 une glacière électrique de 6 pieds cubes. En juin 1950, la même glacière se vendait $299.75. Il est intéressant de noter que, sauf la majoration résultant de l'application de la taxe d'accise le 10 avril 1951, le prix de cette glacière demeure à $299.75, soit une augmentation de $15.25 seulement au cours d'une période de douze ans. Si l'augmentation du prix de cette glacière était proportionnée à la hausse du coût des vivres, elle ne se vendrait pas $299.75 mais $710.40.

Si la hausse était égale à celle du prix des vêtements, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais $608.26.

Si le prix de la glacière se conformait à la hausse de l'indice du prix de la main-d'œuvre dans l'industrie des appareils électriques, d'après les renseignements fournis par le Bureau fédéral de la Statistique, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais environ $860.

Si le prix avait augmenté en proportion de la hausse du prix des métaux ferreux et non ferreux, d'après les renseignements fournis par le Bureau fédéral de la Statistique, la glacière ne se vendrait pas $299.75, mais environ $680.

Exemple 2—société B En 1939, la société B membre de notre association proposait un prix de vente de $319 pour sa glacière de 7.9 pieds cubes; aujourd'hui la même société propose un prix de vente de $399 pour sa glacière de 8 pieds cubes. Cependant, déduction faite du montant de la taxe d'accise imposée en avril 1951, cette glacière se vendrait aujourd'hui $342.00; comme on le constatera, ce chiffre ne représente qu'une augmentation de 7 p. 100 sur les prix de 1939.

En 1939, cette même société-membre vendait une lessiveuse au prix proposé de $127; aujourd'hui le prix proposé de cette lessiveuse est de $184.50. Toutefois, si l'on soustrait la taxe d'accise spéciale, le prix actuel de la lessiveuse n'est que de $154.50, soit une augmentation de 21.6 p. 100 seulement comparativement au prix de 1939.

Exemple 3—société C En 1939, cette société vendait une lessiveuse au prix proposé de $144.50; aujourd'hui cet appareil se vend $189.50. Cependant, en sous-

trayant la taxe d'accise spéciale, cette lessiveuse ne se vendrait aujourd'hui que $151.-70, soit une augmentation de 26 p. 100 seulement, comme on le remarquera.

La compagnie "C" ne peut établir de comparaison précise à l'égard des glacières électriques à cause d'une modification complète des modèles et du volume des appareils. Cependant, se fondant sur l'espace en pieds cubes, cette société signale qu'en 1939 les frais de production et de vente de sa glacière s'établissaient à $40 par pied cube; aujourd'hui, en supprimant les taxes spéciales, les frais de production n'en seraient que de $42.30 par pied cube. L'augmentation des frais de production par pied cube n'est donc que d'environ 5.7 p. 100.

Ce ne sont là que quelques exemples parmi tous ceux que nous pourrions citer, mais nous sommes d'avis qu'ils suffisent car, dans l'ensemble, ils seraient à peu près tous semblables.

En examinant les pourcentages ci-dessus de la hausse des prix, il convient de tenir compte des importantes augmentations qui se sont produites dans les prix de la main-d'œuvre et du matériel depuis 1939.

La moyenne des salaires hebdomadaires dans l'industrie des biens durables est passée de $24.28 en 1939 à $55.30 en août dernier, soit une augmentation de 127.7 p. 100. Cependant, pour ce qui est de cette industrie, un indice beaucoup plus révélateur est celui qui se fonde sur la moyenne du salaire horaire dans l'industrie des machines et de l'outillage électriques lourds, indice publié par le Bureau fédéral de la Statistique dans "Heures-hommes et salaires horaires". En août 1951, cet indice s'établissait à 286 (1941=100), ce qui représente une augmentation de 186 p. 100 sur 1941.

L'indice le plus important pour cette industrie en ce qui concerne les matériaux est l'indice combiné des prix de gros du fer et des métaux non ferreux (Tableau 5—Prix et indices des prix, Bureau fédéral de la statistique, qui comporte une augmentation de 127.9 p. 100 sur les moyennes de 1935-1939.

Etant donné ces augmentations à l'égard de la main-d'œuvre et des matières premières, il y aurait lieu de comparer les réalisations tout à fait méconnues de l'industrie des produits électriques, en vue de maintenir les prix au plus bas niveau possible, avec celles d'autres industries où "la fixation du prix de revente" n'entre pas en ligne de compte. Les vêtements et les vivres nous en fournissent deux bons exemples; si l'on compare, sous forme de pourcentages, les prix de ces industries avec ceux de 1939, l'indice s'établit à 213.8 et 249.7 p. 100 respectivement, d'après les chiffres fournis par le Bureau fédéral de la statistique, le 1er octobre 1951.

A notre avis, ces exemples constituent la meilleure réponse précise que notre association puisse donner à la très importante question que pose le comité MacQuarrie dans son rapport intérimaire, en parlant des normes d'après lesquelles il convient de juger la valeur du "maintien du prix de revente". Voici la question:

> Encourage-t-il l'efficacité du régime économique en fournissant au consommateur les biens et les services qu'il désire aux prix les moins élevés possible ?

Nous sommes aussi d'avis que ces exemples démontrent amplement que la "fixation du prix de revente" ne nuit pas à l'efficacité économique comme le prétend le comité MacQuarrie dans son rapport intérimaire.

7. Lorsque les prix baissent, la publication d'une liste de prix de revente proposée par le fabricant empêche les vendeurs de continuer à vendre les produits aux consommateurs aux prix plus élevés qui avaient cours antérieurement.

8. Le prix du produit d'un fabricant, en particulier, pourrait varier selon les localités; selon qu'il y aurait plus d'un commerçant qui vende les produits de ce fabricant. Dans les petites agglomérations où il n'y a qu'un seul vendeur, les prix

tendraient à atteindre un niveau plus élevé que dans les grandes villes où il y a plusieurs commerçants.

9. Les grands magasins à rayons et à succursales ont le droit absolu de déterminer le "prix de revente" de leurs propres marques. Les petits commerçants ont le même droit à l'égard des marques nationales. Il serait très injuste que les réductions de prix ne visent que les produits vendus par les commerçants dont le chiffre d'affaires est déjà trop faible pour leur permettre d'avoir leurs propres marques. S'ils peuvent faire concurrence avec succès aux marques particulières des magasins à rayons et à succursales c'est sans doute que les "prix de revente" des marques nationales ne sont pas trop élevés.

10. La "fixation du prix de revente" tend à éviter les hausses et les baisses dans le régime économique en général; elle évite le renvoi d'employés et stabilise le niveau de l'emploi. Si l'on pouvait réglementer les hausses et les baisses économiques on n'aurait pas à craindre les crises.

11. Notre association partage l'opinion, exprimée par le comité MacQuarrie dans son rapport intérimaire en date du 1er octobre 1951, à l'égard des ventes à perte; elle est aussi d'avis que la "fixation du prix de revente" constitue la méthode la plus efficace, sinon la seule, d'éviter cet abus.

12. Comme la plus grande partie du rapport intérimaire du comité MacQuarrie vise surtout les produits techniques et les biens durables du genre de ceux que fabriquent les membres de notre association, il importe d'exposer au Comité mixte les problèmes particuliers que suscitent la fabrication et la distribution de produits de cette nature.

Les produits ainsi désignés sont, pour la plupart, des produits dont les acheteurs éventuels peuvent différer l'achat pendant une période indéfinie. Par conséquent, la demande relative à ce genre de produits varie énormément au cours d'un cycle commercial. Lorsque les affaires sont bonnes et que les espérances du consommateur augmentent, ou qu'une pénurie, ou une taxe spéciale s'annonce, la demande à l'égard de ces produits s'accroît beaucoup plus rapidement qu'à l'égard des autres produits dont le consommateur ne peut remettre l'achat à plus tard. Quand le revenu du consommateur diminue, ou lorsqu'on s'attend à une diminution de revenu ou lorsqu'il se produit une forte augmentation d'impôts, la demande à l'égard des produits dont on peut différer l'achat fléchit énormément, comme je viens de l'expliquer.

La demande relative aux matières premières, à la main-d'œuvre et aux capitaux servant à la production de ces articles est donc assujétie à des variations importantes et soudaines. Il importe aussi de se rappeler que l'aptitude à fabriquer les produits dont on peut différer l'achat est souvent au-dessous de la demande réelle; d'autre part, lorsque le marché est défavorable l'aptitude à produire ces articles est sensiblement supérieure à la demande.

Si ces fluctuations sont parfois très marquées elles ne sont cependant pas inusitées. En 1949, l'industrie a été aux prises avec une régression d'importance secondaire, mais celle qui sévit présentement prend des proportions beaucoup plus graves. Entre ces périodes de régression, comme on l'a signalé plus tôt, surviennent des périodes de grande prospérité qui s'accompagnent de pénuries. Dans ces conditions il est évident que la "fixation du prix de revente" protège les consommateurs, grâce à l'annonce, par tout le pays, de prix établis. Si important que soit cet avantage pour le consommateur, il n'est que secondaire si on le compare à l'avantage encore plus grand que comporte le fait d'obliger le fabricant à maintenir un haut niveau d'efficacité s'il tient à rester en affaires. Nous avons démontré cette grande efficacité dans le mémoire en signalant que le prix des denrées assujéties à la fixation du prix de revente avait moins augmenté par rapport à celui des autres denrées et services.

Tout ce qui précède vous est présenté à la suite d'une étude effectuée avec soin par un comité spécial désigné par le Conseil d'administration. Nous avons abordé la question dans l'espoir que les renseignements que renferme le mémoire pourront vous aider à résoudre le problème que vous étudiez; nous souhaitons aussi qu'ils vous aideront à élaborer une mesure législative qui sera satisfaisante pour les consommateurs et l'ensemble de l'industrie.

Respectueusement soumis au nom du Conseil d'administration,

Le directeur général,
B. NAPIER SIMPSON.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième Législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

POUR

L'ÉTUDE de la LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur
M. James Sinclair, député

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule No 7

SÉANCE DU MARDI 27 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

MM. Percy R. Bengough, président et L. E. Wismer, directeur des services de presse et de recherche, au Congrès des métiers et du travail du Canada.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.,
IMPRIMEUR DU ROI POUR LE GOUVERNEMENT DU CANADA
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1952

PROCÈS-VERBAL

Le MARDI 27 novembre 1951

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 h. et demie du matin. Les présidents conjoints, l'honorable sénateur A.-L. Beaubien et M. James Sinclair, député, assistent à la séance que préside M. Sinclair.

Présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Golding, Horner, Lambert, Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harkness, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (Oxford), McLean (Huron Perth), Roberge, Shaw, Stuart (Charlotte), Thatcher, Welbourn.

Aussi présents: M. Percy Bengough, président et M. I. E. Wismer, directeur des services de presse et de recherche, au Congrès des métiers et du travail du Canada.

Le président en fonctions présente le troisième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, rapport qui se lit ainsi:

A la suite de sa réunion du 26 novembre, le sous-comité du programme et de la procédure a convenu de recommander:

1. Que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association soient convoqués derechef le lundi 3 décembre.
2. Que la Fédération des détaillants canadiens dont les délégués doivent comparaître de nouveau devant le comité le vendredi 29 novembre, ainsi que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association, aient latitude de soumettre au Comité tous les chiffres se rapportant aux prix, écarts de prix etc. qu'ils voudraient citer à l'appui de leurs mémoires.
3. Que les questions posées dorénavant aux témoins restent dans les bornes des arguments invoqués dans leurs mémoires.
4. Que, sans tenir compte des décisions antérieures portant sur les heures de séance, le comité se réunisse le mercredi 28 novembre à 3 h. et demie et que M. F. A. McGregor, ex-commissaire sous le régime de la Loi des enquêtes sur les coalitions soit convoqué pour ce jour-là.

M. Croll propose l'adoption du premier, du deuxième et du troisième vœux exprimés par le sous-comité.

M. Fulton propose l'amendement suivant:

Que, en vue de permettre au Comité de comparer les marges de bénéfices et les prix payés par le consommateur pour les articles tombant sous le régime de la fixation des prix et pour ceux dont le prix s'établit librement, l'avocat du comité et le commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions obtiennent des fabricants et des détaillants comparaissant devant le comité (à titre de particuliers ou de représentants d'associations) les chiffres afférents aux articles typiques de la catégorie de produits fabriqués ou manipulés par eux, ces chiffres se décomposant selon les étapes de distribution indiqués ci-après:

(1) le prix de revient à la fabrique
(2) le prix au distributeur
(3) le prix au détaillant
(4) le prix au dernier acheteur

d'articles à prix fixes et d'articles à prix libres de catégorie et qualité comparables;

et que, à l'égard d'un magasin à rayons ou d'un établissement qui fabrique et distribue ses propres produits, les chiffres soient donnés à l'exclusion des détails précités;

et que l'avocat soit autorisé à recourir aux services d'un comptable du prix de revient, s'il y a lieu, aux fins d'un tel examen.

Après discussion, ledit amendement, mis aux voix, n'est pas adopté.

Ont voté pour: Les honorables sénateurs Aseltine, Horner, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Harkness, Hees, Murray (Oxford) Thatcher.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill, Golding, Lambert, Vaillancourt, MM. Beaudry, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Garson, Jutras, MacInnis, Mott, McLean (Huron-Perth), Roberge, Shaw, Stuart (Charlotte), Welbourn.

La question, ayant été mise aux voix sur la motion de M. Croll, est approuvée, sur division.

Sur la motion de M. Croll, le quatrième vœu du sous-comité est adopté.

M. Wismer est appelé; il dépose sur le bureau un mémoire ayant trait au Congrès des métiers et du travail du Canada, publié comme appendice aux procès-verbaux et témoignages de ce jour, et sur lequel le témoin est entendu et interrogé.

M. Bengough est appelé et interrogé.

Les témoins se retirent.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau le mercredi 28 novembre à 3 h. et demie de l'après-midi.

Le secrétaire du Comité,

A. L. BURGESS

TÉMOIGNAGES

Le 27 NOVEMBRE 1951
10 heures 30.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre. Hier après-midi, le comité du programme et de la procédure a tenu séance pendant près de trois heures et il convient de présenter aujourd'hui le rapport suivant:

1. Que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers Association soient convoqués de rechef le lundi 3 décembre.

2. Que la Fédération des détaillants Canadiens, dont les délégués doivent comparaître de nouveau devant le comité le vendredi 29 novembre, ainsi que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association, aient latitude de soumettre au comité tous les chiffres se rapportant aux prix, augmentations, etc. qu'ils voudraient citer à l'appui de leurs mémoires.

3. Que les questions posées dorénavant aux témoins, restent dans les bornes des arguments invoqués dans leurs mémoires.

Je m'arrête là pour le moment; tout à l'heure, je passerai au no 4. Vous savez qu'hier matin, le comité avait demandé au comité du programme et de la procédure de prendre contact avec l'avocat-conseil et le commissaire aux coalitions, afin d'établir quels chiffres et quels faits pourraient être cités en vue de faciliter la bonne marche de nos discussions. Nous en avons longuement débattu, au sein du sous-comité du programme et de la procédure, et nous avons particulièrement insisté sur le problème des prix. Nous avons profité des lumières du commissaire aux coalitions ainsi que de l'aide fort appréciable de Mme Fairclough qui est comptable et nous avons mesuré combien il est malaisé de définir clairement la catégorie de prix que nous désirons. Le commissaire aux coalitions a signalé que n'importe lequel des groupements que nous pourrions choisir, ne ferait qu'effleurer la question. En conclusion d'un débat prolongé, la solution cherchée nous a été suggérée par une motion traçant les limites bien distinctes de deux points de vue différents, quant à la conduite du comité, points de vue que j'avais antérieurement signalés. Il s'agit de savoir, si le comité doit s'embarquer dans une enquête complète sur tous les moindres aspects de la fixation des prix de revente, faisant ainsi double emploi avec le comité MacQuarrie, ou s'il ne convient de voir dans notre organisme que le fruit des demandes formulées par certains groupements de détaillants et de fabricants anxieux de se faire entendre une fois encore quant à l'interdiction de la fixation des prix de revente, maintenant que le Gouvernement a officiellement accepté les conclusions du comité MacQuarrie et proclamé son intention de présenter là-dessus un projet de loi. La motion dont j'ai parlé a eu le mérite de poser le problème sans ambages et de le faire résoudre par votes, sur le point suivant: le comité doit-il s'assurer les services d'un comptable spécialisé dans le calcul des prix de revient? Travaillant de concert avec notre avocat-conseil et le commissaire aux coalitions, ledit comptable (aux termes de la motion) examinerait tous les éléments composants du prix de détail des marchandises soumises à la fixation des prix de revente, ainsi que des produits libres de toute réglementation. La motion a été repoussée. Sans doute, le sous-comité du programme et de la procédure n'est-il qu'un organisme consultatif et la décision finale est de notre ressort: c'est à nous qu'il appartient de trancher par oui ou par non. Si nous adoptons la motion, c'est aux groupements qui comparaissent ici et qui ont demandé à comparaître devant le Comité, qu'il incombera de prouver que les conclusions du comité MacQuarrie ne reposent pas sur la réalité. En effet, les mémoires

qu'ils ont soumis représentent leur opinion réfléchie, sur le problème, l'essence même de leur raisonnement; s'ils comparaissent devant nous en qualité de témoins, c'est pour permettre aux membres du Comité, désireux de recueillir des renseignements complémentaires sur les questions dont traitent les mémoires, de les interroger contradictoirement. Voilà donc les grandes lignes de l'histoire. Revenons aux trois points déjà indiqués: en premier lieu le rappel de la Canadian Electrical Manufacturers' Association; nous n'en avions pas terminé avec ses représentants et nous les aurions convoqués à nouveau de toute façon. Deuxièmement (et ceci est une conséquence directe de nos débats), la convocation pour le vendredi 29 novembre de la Fédération des détaillants canadiens et l'autorisation accordée à la Canadian Electrical Manufacturers Association de produire tous chiffres ayant trait aux prix, et aux écarts de prix etc. qu'ils jugent utile de citer à l'appui de leurs mémoires; troisièmement, le désir que les questions posées dorénavant aux témoins restent dans les bornes des arguments invoqués dans leurs mémoires.

Puis-je me permettre de signaler cet autre fait: le commissaire aux coalitions estimait qu'un comité composé de 38 parlementaires ne serait jamais capable de mener la tâche à bonne fin. Étant donné que nous pouvons produire à volonté tous les chiffres, impôts sur le revenu, prix, etc. que nous voulons, ce n'est qu'en adoptant la deuxième voie que nous pouvons espérer nous acquitter de notre besogne.

Le quatrième point du rapport traite de la convocation de M. MacGregor devant le Comité.

M. FULTON: Je désire proposer un amendement au rapport.

M. CROLL: Ne ferions-nous pas mieux de proposer tout d'abord l'adoption de la motion?

Le PRÉSIDENT: Attaquons-nous d'abord aux trois premiers vœux; qui veut en proposer l'adoption?

M. CROLL: Je propose l'adoption des trois premiers points.

Le PRÉSIDENT: M. Croll propose l'adoption des points 1, 2 et 3.

M. FULTON: Je désire proposer un amendement, et à ce sujet, je signale qu'en adoptant une des propositions contenues dans le rapport du sous-comité du programme et de la procédure, nous annulerons une de nos propres décisions.

M. CARROLL: Quelle proposition?

M. FULTON: Ce doit être la deuxième proposition du rapport du sous-comité du programme et de la procédure. L'adoption en entraînerait la renonciation à une décision adoptée unanimement par notre comité hier matin, et aux termes de laquelle nous pouvons adresser à tous les témoins, fabricants ou distributeurs, une série de questions englobant leurs prix de revient et les majorations qui se produisent au cours des diverses étapes du processus de la distribution; ainsi, notre comité pourrait tirer les conclusions qui s'imposent quant à cet aspect du régime de fixation des prix de revente, afin de déterminer si ce régime sert les intérêts des consommateurs ou va à leur encontre, en faisant monter ou baisser les prix que le public doit payer les marchandises qu'il consomme.

Hier, par consentement unanime, le Comité avait décidé que nous poserions tout un ensemble de questions visant à nous donner tous les renseignements indispensables à l'établissement d'une opinion bien assise.

M. JUTRAS: Il n'y a pas eu unanimité.

Le PRÉSIDENT: Je vais me procurer le texte exact de la motion.

M. FULTON: Je ne me préoccupe pas des subtilités de forme; je m'en tiens au fond de notre débat d'hier matin. Vendredi, à vrai dire, le comité avait déjà adopté une décision semblable et accepté de façon générale, sans avoir recours au vote, qu'on procède à une enquête qui nous permettrait de prendre un raccourci pour arriver à une décision.

Je regrette d'avoir à le dire; mais je vois en tout cela un effort tendant à réduire le temps qui nous est accordé pour mener l'enquête à bonne fin, une

tentative bien nette, de la part du Gouvernement, d'indiquer au Comité, par l'entremise du président, l'orientation que doit prendre l'enquête. La motion, si nous l'adoptons, aura pour effet d'annuler la décision antérieure du comité et de réduire tellement la portée de notre enquête que nous ne pourrons établir aucune conclusion logique; notre comité deviendra une machine à entériner les décisions du comité MacQuarrie, un instrument docile qui permettra au Gouvernement de s'échapper par la tangente, proclamant: "Nous avons consulté un comité parlementaire qui a souscrit au rapport MacQuarrie." Pour ma part, je me refuse à entériner le rapport MacQuarrie, à moins que nous ne disposions des faits et des chiffres qui nous permettraient de conclure logiquement que les vœux du comité MacQuarrie se fondent sur la réalité. Je le répète (sans entrer de nouveau dans des explications oiseuses), si nous ne menons pas l'enquête dans un sens qui nous paraisse s'imposer (et toutes les enquêtes menées jusqu'ici semblent bien indiquer la nécessité de faire déposer les chiffres), nous n'arriverons jamais à de telles conclusions bien fondées.

En outre, les dépositions d'au moins deux des témoins indiquent clairement que le comité MacQuarrie lui-même n'a pas recueilli les faits et les chiffres qui, seuls, lui auraient permis d'établir des conclusions solidement assises. Deux de nos témoins essentiels, la Fédération des détaillants et l'Electrical Manufacturers' Association, nous affirment qu'on ne leur a pas demandé de soumettre au comité MacQuarrie ni faits ni chiffres qui auraient pu étayer leurs témoignages devant cet organisme ou en tout cas qu'ils n'en ont pas présenté. Ils se sont bornés à exprimer des opinions et nous ne pouvons apparemment prétendre être mieux servis. Si nous nous engageons sur la voie frayée par le comité MacQuarrie, afin d'établir, tout simplement le nombre des particuliers, des groupements ou des fabricants qui sont en faveur de la fixation des prix ou qui lui sont opposés, pour fonder notre décision sur ces avis, dans ce cas ce n'est point d'un comité qu'on a besoin, c'est d'une simple machine à calculer. C'est apparemment en quoi le Gouvernement coudrait métamorphoser le Comité, en une machine à calculer et à entériner; mais je ne m'y prêterai pas. Je propose en conséquence:

Que, afin de permettre au comité de comparer les marges de bénéfice et des prix de vente au détail, pour les produits fixés et à prix libres, l'avocat-conseil du comité, aidé du commissaire aux coalitions, demande aux fabricants et aux détaillants témoignant devant le comité (comme simples particuliers ou par l'entremise de leur association) de fournir des chiffres se rapportant aux produits types de consommation, fabriqués ou distribués par eux d'indiquer séparément les éléments suivants, correspondant aux diverses étapes du processus de distribution:

(1) prix de revient, à la sortie de l'usine
(2) prix payé par le grossiste
(3) prix payé par le détaillant
(4) prix payé par le consommateur

et cela pour des marchandises à prix fixés ou à prix libres, de catégorie et de qualité semblables.

que, dans le cas de grands magasins ou d'entreprises de fabrication se chargeant de la fabrication et de la vente de leurs articles, les chiffres ci-dessus soient fournis à l'exception des éléments inutiles.

Et que le conseil ait tout pouvoir de recourir aux services d'un comptable spécialiste en prix de revient, chaque fois qu'il l'estimera utile à la bonne marche de l'enquête.

Le PRÉSIDENT: Je veux bien admettre ce texte en qualité d'amendement aux articles 2 et 3. Nous pouvons l'accepter également quant à l'article 1er, étant donné qu'il ne s'agit ici que d'une allusion à une organisation qui reviendra rendre un nouveau témoignage. J'accepte la motion que vous soumettez au Comité en qualité d'amendement à la motion proposée par M. Croll et visant à l'adoption des articles 2 et 3 du rapport rédigé par le comité du programme et de la procédure.

M. FULTON: Me permettrez-vous de conclure, monsieur le Président?

Le PRÉSIDENT: Sans doute.

M. FULTON: Je veux signaler simplement que nous avons déjà adopté deux décisions consécutives sur cette motion. Le sous-comité du programme et de la procédure s'est réuni jeudi; sans doute, monsieur le Président, vous souvient-il qu'au sein de cet organisme nous avions conclu qu'il serait aussi bon qu'équitable de prendre le temps nécessaire pour examiner cet aspect de l'affaire, nous mettant ainsi en mesure d'arriver à des conclusions bien pesées sur le problème de la fixation des prix. Vendredi matin, vous avez changé votre fusil d'épaule. Comme il ressort de la page 241 du compte rendu des délibérations du Comité réuni vendredi matin, vous avez défendu une position contraire à celle que vous aviez précédemment adoptée au sein du comité du programme et de la procédure, et vous avez affirmé que nous serions dans notre tort si nous nous obstinions à poursuivre l'enquête suivant les mêmes voies. Toutefois, vendredi, le Comité refusa de se rendre à vos vues; c'est alors que nous avons décidé de poser certaines questions, nous guidant sur des points de repère que j'ai introduits dans mon amendement. Une fois de plus, hier matin, le Comité confirma le point de vue selon lequel nous devrions avoir les mains libres pour mener l'enquête à notre selon lequel nous devrions avoir les mains libres pour mener l'enquête à notre guise et avoir latitude de demander aux témoins à nous fournir tous faits et chiffres qui pourraient nous aider à nous former une opinion. Mais sous votre direction, le sous-comité du programme et de la procédure a changé d'attitude hier après-midi; nous avons maintenant devant nous le rapport dont vous avez donné lecture et au sujet duquel j'ai proposé la motion d'amendement. Je n'ai pas l'habitude de me servir d'expressions trop énergiques; mais je tiens à affirmer que ces manœuvres visent à neutraliser notre comité. Si nous nous laissons faire, nous serons acculés à une position d'où il nous sera impossible d'arriver à une décision réfléchie sur la fixation des prix ou sur la législation dont nous sommes saisis; je suis blessé par cette tentative ouverte du Gouvernement, d'imposer ses propres vues quant à nos délibérations et de nous faire changer les décisions que nous avons prises antérieurement.

Le PRÉSIDENT: Au sujet du Comité, les paroles de M. Fulton sur la main-mise du Gouvernement, des membres du sous-comité du programme et de la procédure, ainsi que de moi-même, je tiens à souligner qu'à trois reprises différentes nous avons demandé: dans quelle voie le Comité doit-il s'engager? Bous l'avons demandé sans espoir d'être entendus; si nous avons convoqué ici même hier après-midi le commissaire aux coalitions, c'était principalement pour l'entendre nous dire dans les grandes lignes, et se fiant à ses connaissances, ce qui, d'après lui résulterait de l'adoption de la procédure indiquée par M. Fulton et aussi de nous indiquer quelles conclusions il nous serait loisible de tirer des faits et des chiffres que nous pourrions obtenir.

Vous le savez, le sous-comité du programme et de la procédure se compose de représentants de tous les partis et ce n'est certes pas en s'appuyant exclusivement sur les tenants du Gouvernement que le comité est arrivé à ses conclusions-après avoir entendu hier après-midi le commissaire aux coalitions et l'avocat, conseil, M. MacInnis, de la C.C.F. et M. Shaw, du parti du Crédit Social, étaient présents; ils ont pu suivre le débat tout entier et entendre les motifs qui nous ont fait adopter nos décisions.

Après avoir entendu ceux qui possèdent une réelle expérience de la recherche et de l'interprétation de faits de ce genre, j'estime que le nœud même du problème est celui-ci: toute commission parlementaire se composant, comme la nôtre, de 38 membres, fonctionnant dans un domaine aussi complexe et aux frontières aussi larges que celui du commerce de détail, une telle commission dis-je, pourrait siéger dix années d'affilée et écouter interminablement des chiffres. Il faut en revenir à ce fait que notre comité ne tient séance aujourd'hui qu'en raisons des protestations formulées auprès du Gouvernement par des industriels et des fabricants, lorsque le Gouvernement eût annoncé, qu'entérinant le rapport

du comité MacQuarrie, il voulait lui donner suite au moyen d'un projet de loi. Ils lui demandèrent de leur permettre une fois encore d'exposer leur point de vue afin de prouver les avantages ressortant de la fixation des prix de revente, ainsi que la fausseté des conclusions du comité MacQuarrie. En ma qualité de président, j'ai le devoir de veiller à ce que notre comité abatte sa besogne dans le plus bref délai.

M. JUTRAS: Je fais appel au Règlement, monsieur le président. Si je ne me trompe, M. Fulton a affirmé que la décision en cause a été adoptée par le Comité à l'unanimité. Ne parlant qu'en mon nom propre, je tiens à dire cependant que cette décision ne m'a jamais paru s'imposer et que je ne l'ai certes pas appuyée. L'un des inconvénients de la procédure que nous suivons ici, c'est qu'il est fort malaisé de prendre la parole au cours d'une discussion. Quand M. Hees a soulevé cette question, j'étais fort désireux de me faire entendre, mais avant que j'aie pu ouvrir la bouche quelqu'un avait proposé de déférer la question au sous-comité du programme et de la procédure, de sorte que j'ai abandonné la partie par défaut si je puis dire. Voilà pourquoi je ne crains pas d'affirmer que le Comité n'a pas là-dessus l'opinion de nous tous.

M. FULTON: Mais, monsieur le président, nous avons mis la question aux voix.

M. JUTRAS: Non pas.

M. HEES: Personne n'a élevé la voix pour se prononcer contre.

M. JUTRAS: Il m'avait semblé qu'il était convenu que le comité du programme et de la procédure devait décider de la marche à suivre. L'idée, à mon sens, ne tient pas debout; en effet, si nous examinons avec quelque attention les efforts du dit comité, nous constatons qu'ils tendent à établir si le public se trouve lésé par le régime des prix fixés ou si, au contraire, il en profite. Mais c'est justement une décision que nos tribunaux n'ont jamais été capables de rendre, que ce soit dans l'affaire du pain, des allumettes ou de toute autre affaire dont ils ont été saisis.

M. FULTON: Monsieur le président, à propos de la motion d'ordre soulevée par M. Jutras et tendant à établir l'existence ou la non-existence d'une décision préalable, permettez-moi de signaler que si le compte rendu de notre séance d'hier n'est pas encore imprimé, j'ai pu toutefois consulter la sténographie; elle semble bien corroborer mes souvenirs et confirmer le fait qu'hier j'ai proposé une motion visant à ce que le comité du programme et de la procédure débatte le problème avec notre avocat-conseil et élabore une série de questions devant être posées à tous ceux qui comparaîtraient en qualité de témoins et à qui nous demanderions de nous fournir les renseignements nous permettant d'arriver à une décision. Si j'ai bonne mémoire, ce sont là les termes de la motion soumise au Comité et adoptée à l'unanimité. Je crois même qu'il n'y a pas eu de vote là-dessus.

Le comité du programme et de la procédure a reçu des instructions lui demandant de rédiger un ensemble de questions et non pas de décider si nous devrions ou non les poser aux témoins. Le comité principal a tout bonnement dit hier au sous-comité du programme et de la procédure: "Mettez-vous à l'œuvre et rédigez une série de questions qui nous permettraient de recueillir les renseignements précis sur lesquels nous pourrons édifier nos conclusions." Pour en revenir à la question de règlement: le compte-rendu démontre que la décision a été approuvée hier.

M. SHAW: M. Fulton peut-il me dire pourquoi le sous-comité du programme et de la procédure n'a pas rédigé la série de questions demandée?

M. FULTON: Je crois pouvoir vous en donner la raison. Tout comme le président (cela ressort de ses observations), la majorité du sous-comité du programme et de la procédure estime qu'il serait inutile de continuer l'enquête dans le sens où elle est engagée. J'ignore sur quels motifs repose ce point de vue, mais je nourris le soupçon que certains membres du comité redoutent de voir produire

au grand jour certains faits et certains chiffres qui pourraient bien ouvrir les yeux du public et lui montrer que tout cela n'est qu'un bateau qu'on lui a monté pour le tromper sur le coût de la vie.

M. BEAUDRY: Je fais appel au Règlement, monsieur le président; j'estime que M. Fulton n'a pas le droit de présumer les mobiles animant les membres du Comité.

M. FULTON: On m'a demandé de dévoiler les raisons possibles.

M. BEAUDRY: Mais les raisons sont une chose, et les mobiles en sont une autre.

M. SHAW: Pour en revenir à ma question: l'élément temps représente-t-il l'élément unique de notre débat?

M. FULTON: Si je ne suis sur la sellette, je répondrai à la question sans me faire prier. A l'instar du sous-comité du programme et de la procédure, j'admets qu'il est extrêmement malaisé de rédiger un ensemble de questions qui nous procureraient à coup sûr les renseignements dont nous avons besoin. Cependant si les obstacles sont réels, il ne s'ensuit pas qu'ils sont infranchissables. C'est pour les aplanir qu'on a proposé d'employer un comptable spécialisé dans les questions de prix de revient. Je crois pouvoir affirmer que ni les membres du sous-comité du programme et de la procédure, ni les spécialistes nous aidant de leurs lumières, n'ont jamais proclamé l'écueil invincible. Ils nous ont dit que les difficultés étaient de taille et que les choses pourraient traîner en longueur; mais ils ne se sont pas avoués vaincus d'avance.

Le PRÉSIDENT: C'est bien pourquoi, dès le début, j'ai déploré que nous n'ayions pas eu davantage recours à l'expérience du commissaire aux coalitions. On ne peut nier qu'hier, il nous ait été fort utile. En premier lieu il a fait comprendre à la plupart des membres du sous-comité du programme et de la procédure l'énormité de la tâche consistant à recueillir des chiffres reflétant la réalité; ensuite il a souligné qu'une fois ces chiffres obtenus, leur valeur effective pourrait être modifié du tout au tout dans un an ou deux.

M. SHAW: Ce qui m'a beaucoup chiffonné, c'est qu'en étudiant le problème, il devint clair que notre enquête nous entraînerait bien au delà des limites qui nous avaient d'abord été assignées. Il nous faudrait nous transformer en comité des prix. Cela m'a inquiété et m'a poussé à adopter la position actuelle.

M. BEAUDRY: Puis-je prendre la parole sur la question soulevée par M. Fulton?

Le PRÉSIDENT: M. Carroll vous précède.

M. HEES: N'ai-je pas demandé à parler?

M. BEAUDRY: Je veux traiter de l'amendement.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees, je croyais que vous aviez en vue le problème des témoins?

M. HEES: Non pas; je savais que nous aborderions cette question-ci.

Le PRÉSIDENT: M. Carroll d'abord, puis M. Hees.

M. CARROLL: Je serai bref. En abordant l'amendement à la résolution proposée, nous devons remonter aux raisons qui ont présidé à la nomination de notre comité.

Qu'il me soit permis de dire que si l'on m'avait consulté sur la désignation éventuelle de cet organisme, j'aurais dit: Non, nous n'avons pas besoin d'un tel comité.

Toutefois, le Gouvernement a jugé bon de fournir une occasion de se faire entendre à certains fabricants et certains détaillants qui avaient demandé à comparaître devant un comité afin d'indiquer les motifs les portant à déclarer mal venus le rapport du comité MacQuarrie et ses vœux qui, à leurs yeux, ne seraient pas utiles aux consommateurs canadiens.

A mon sens, s'ils voulaient prouver la fausseté du rapport MacQuarrie, ils auraient dû établir sur la base de chiffres inédits, que l'enquête n'aura aucune influence, ni dans un sens ni dans l'autre, sur le coût de la vie au Canada. Mais, jusqu'ici, ils n'en ont rien fait. Au Comité de se prononcer sur le point de savoir

si les fabricants et les détaillants ont mis en avant des arguments volatiles dans leurs attaques contre le rapport du comité MacQuarrie. Tout comme mon honorable ami, je me refuse à n'être qu'une machine à entériner; ma répugnance n'est pas inférieure à la sienne, et je m'enorgueillis d'être aussi indépendant que n'importe quel membre du Parlement à l'intérieur de nos frontières. Sans doute les diverses organisations doivent-elles avoir la liberté de prononcer leurs plaidoyers si l'on veut; mais un membre d'une organisation a affirmé hier qu'il était impossible, absolument impossible, de fournir les chiffres des divers prix de revient! Il faisait partie, si je ne me trompe, de l'organisation qui a comparu hier devant nous. Il va sans dire que je ne partageais pas son avis; mais les groupements divers auraient dû invoquer ici cet argument pour établir que le maintien de la fixation des prix de revente n'a pas fait monter le coût de la vie dans notre pays. Pour en venir aux témoignages produits devant le comité MacQuarrie, mon honorable ami affirme que les témoins n'ont pas eu l'occasion de produire des témoignages ou qu'ils ne l'ont pas fait pour une raison quelconque. Mais on ne peut en faire retomber la faute sur le comité MacQuarrie. Si les témoins voulaient parler, ils avaient à ce moment-là toute latitude de citer faits et chiffres; la même occasion leur a été donnée hier. Je ne sais pas sur quelles preuves le comité MacQuarrie se fondait lorsqu'il a conclu que la fixation des prix de revente contribue au renchérissement de la vie. Je n'en sais rien et je me demande s'il en est, parmi nous, qui soient mieux renseignés que moi.

L'honorable M. ASELTINE: C'est justement ce que nous nous efforçons de découvrir.

M. HEES: Mais nous sommes partis du mauvais pied.

M. CARROLL: Mais non, ce n'est pas pour trouver quels témoignages le comité MacQuarrie a entendus que nous sommes ici. Nous sommes ici pour juger si les témoignages des associations qui comparaissent devant nous demontrent que le comité MacQuarrie en est arrivé à une conclusion fausse.

M. FLEMING: En égard à ce qu'il vient de dire, qu'on me permette de demander à M. Carroll de nous dire quel passage de notre ordre de renvoi l'autorise à tirer une telle conclusion.

M. CARROLL: Tout bonnement sur l'exposé fait à la Chambre par le ministre de la Justice au moment de la formation de notre comité.

M. FLEMING: Veuillez écouter, je vous prie, le texte définissant notre mandat:

" . . . qu'un comité mixte des deux Chambres du Parlement soit institué en vue d'étudier le rapport intérimaire de la commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions". Il ne s'agit pas, pour nous, d'accepter ou de rejeter le rapport du comité MacQuarrie, mais tout simplement de l'examiner; c'est pour cela que nous avons été désignés.

Le PRÉSIDENT: Nous sommes tous des parlementaires. Nous ne constituons pas un tribunal. Nous savons tous quelles sont les fonctions dont ce comité est revêtu.

M. HEES: Mais si on nous dénie l'accès à tous les chiffres sur lesquels, selon nous, notre décision doit se fonder, il ne nous reste plus qu'à baser nos conclusions sur les seules données du rapport MacQuarrie. Cependant, à mon sens, il est impossible de nous fonder sur ce rapport, étant donné que c'est un texte établi sur des prémisses faussées par une étude incomplète des faits. Vendredi dernier, notre Comité a admis que ce n'est que par un parallèle établi entre la marge de bénéfices sur des produits à prix libres et à prix fixés, qu'on peut se former une opinion solide sur le point de savoir si la fixation des prix de revente joue dans l'intérêt du public ou contre lui. Le Gouvernement se propose de faire adopter une loi sur la fixation des prix, en se fondant sur le rapport MacQuarrie. Ce rapport vierge de tous chiffres comparatifs; il n'est en somme qu'une dissertation théorique sur un problème qui ne peut être résolu que par une statistique comparative, comme le comité l'a reconnu lui-même vendredi

dernier. Ces chiffres comparatifs, on peut se les procurer. M. Harris, de la Fédération des détaillants canadiens, a déclaré vendredi qu'il serait en mesure de nous les fournir ces jours-ci. M. Simpson, de la Canadian Electrical Manufacturers Association, doit nous rapporter sous peu les chiffres montrant la marge de bénéfice des fabricants. Ni l'un ni l'autre de ces messieurs ne voient là la moindre difficulté. Je leur ai parlé après notre réunion. A leur avis, il ne devrait y avoir aucun obstacle à la production de ces chiffres qui, comme nous en sommes tombés d'accord vendredi, sont indispensables à la solution du problème, dans un sens ou dans l'autre.

Au cours des trois derniers jours, les témoins comparaissant devant notre Comité ont affirmé qu'on ne leur avait jamais demandé de soumettre des chiffres comparatifs au comité MacQuarrie. Si je ne m'abuse, on s'est borné à prier tous les témoins d'exprimer leur opinion; ils ne se doutaient guère, ce faisant, qu'il y aurait plus tard une enquête parlementaire. Je propose que le juge MacQuarrie soit cité devant nous afin de nous expliquer pourquoi on a laissé tous ces chiffres dans l'ombre; il pourrait également nous dire sur quoi il se fonde pour conclure que la fixation des prix de revente est contraire à l'intérêt du public. Sur cette conclusion, le Gouvernement fonde une loi extrêmement importante; pourtant le rapport n'est que pure théorie. Ces explications seront, j'imagine, malaisées. Peut-être le juge MacQuarrie pourrait-il, en cela, faciliter la tâche du Gouvernement. C'est fort sérieusement que je demande qu'on le convoque ici; qu'il nous dise, s'il le peut, pourquoi son comité a conclu que la fixation des prix était nuisible à l'intérêt des consommateurs. Si le Comité veut se prononcer en connaissance de cause, il lui faut connaître les éléments qui lui permettront d'arriver à une décision raisonnable en cet important domaine. La question touche bon nombre des détaillants au Canada. Nous ne pouvons juger ici par-dessus la jambe et dire "Les témoignages ont été entendus, adoptons la loi". Il est impossible de traiter légèrement le volume d'affaires en jeu dans le cas qui nous occupe. Une large portion du secteur commercial canadien s'en trouverait sérieusement affectée; nous devons nous pencher sur la question avec toute l'attention requise. Examinons tous les faits qui nous sont soumis et convoquons le juge MacQuarrie afin qu'il puisse nous éclairer sur la position qu'il a adoptée. Notre Comité n'aura pas assez de deux semaines pour mener sa tâche à bien; mais s'il nous fallait trois mois encore pour arriver à une décision équitable, ce ne serait pas du temps perdu; toute erreur de jugement serait cruellement ressentie par un grand nombre d'hommes d'affaires dans toute l'étendue du pays.

M. BEAUDRY: Je prends la parole sur l'amendement de M. Fulton et non pas sur l'exposé de M. Hees. Par cet amendement, M. Fulton propose au Comité de se procurer, chez les fabricants et les détaillants entendus à titre de témoins, des chiffres correspondants aux étapes suivantes de la vente des marchandises: prix à la sortie de l'usine, prix payé par le grossiste, prix payé par le détaillant et prix payé par le consommateur—et cela pour les articles à prix fixés et à prix libres, de catégorie et de qualité semblables. Si nous avons l'intention de procéder à une enquête approfondie et définitive, j'estime que nous devrions faire usage d'une machine à calculer; en effet, nous ne pourrons arriver à une preuve concluante qu'en établissant l'existence ou l'absence d'un écart de prix considérable entre l'un et l'autre groupe de marchandises; je crois qu'il est impossible de prendre pour normes ou pour modèles des articles qui ne seraient qu'à peu près semblables; en effet, les conclusions-types qui seraient valables pour tel groupe, ne s'appliqueraient plus au groupe suivant ou à l'ensemble des groupes de produits. En outre, (je tiens toujours à l'amendement) il serait peut-être bon de faire actuellement une rétrospective des diverses enquêtes sur les prix. En 1948, la Chambre des communes avait désigné un comité sur les prix; nous avons parmi nous bon nombre d'ex-membres dudit comité. Si je ne me trompe, cet organisme s'est réuni 168 fois il a examiné entre autres le problème de la fixation des prix de revente. Il me serait facile de citer, cet après-midi, un passage du compte-rendu des délibérations du Comité sur les prix de 1948; ce passage prouve

qu'à l'époque on avait jugé que l'influence de la fixation des prix sur le coût de la vie était minime; quoi qu'il en soit, après avoir siégé 160 fois ou davantage, le comité déféra toute l'affaire à une commission royale sur les prix; celle-ci, à son tour, examina avec minutie les prix de production, les prix payés aux grossistes, ceux demandés aux détaillants et enfin les prix au consommateur. La commission s'étendit sur toutes ces questions à l'infini puis accoucha d'un rapport. Sinon en ces termes même, du moins en substance, ce rapport déclarait que la commission avait scruté à fond le problème des prix mais qu'il y avait un aspect de la question qu'elle n'avait pas étudié assez; en conséquence, elle demandait au Gouvernement de confier à quelque autre organisme le soin de l'examiner mieux, et de peser tous les aspects du maintien des prix de revente; c'est à la suite de ce rapport que le Gouvernement a nommé le comité MacQuarrie et l'a chargé spécialement d'étudier le problème de la fixation des prix. Ayant derrière nous une longue théorie d'évènements historiques se rattachant au problème des prix, nous en sommes arrivés au jour où un groupe de Canadiens a fait observer au Gouvernement qu'il s'inscrit en faux contre les conclusions du comité MacQuarrie; le Gouvernement a répliqué à ces doléances en disant: "Ma foi, il serait peut-être bon d'entendre une fois encore le plaidoyer de ces messieurs du commerce; pour leur donner satisfaction, nommons donc un comité qui, aux termes de son mandat, examinera le rapport intérimaire du comité MacQuarrie". A moins que nous n'aimions nous vautrer dans le ridicule, nous renoncerons à reprendre dès le début l'enquête sur les prix, que clôt ce chapitre secondaire. Remarquez, je vous prie, qu'en adoptant l'amendement, nous nous condamnons à recommencer à zéro, à revenir au point de départ du comité sur les prix de 1948. Nous referions, une fois encore, la route tracée par la commission royale, le comité MacQuarrie et notre comité lui-même. A ce train, nul d'entre nous ne sera plus membre du Parlement quand les rapports définitifs seront publiés. Je propose que l'amendement soit repoussé.

M. THATCHER: Monsieur le Président, en ma qualité de petit détaillant, je considère avec anxiété certains aspects de la motion. A tort ou à raison, tous les détaillants Canadiens sont traités en inculpés aujourd'hui, je dirai même en criminels. J'ai entendu M. Carroll nous affirmer qu'ils devraient comparaître devant nous et plaider leur cause. Je ne suis pas homme de loi, mais je sais qu'un des principes fondamentaux de la loi britannique est que . . .

M. CARROLL: Ils devraient venir devant nous pour établir la fausseté des assertions du rapport MacQuarrie et non point pour plaider leur propre cause.

M. THATCHER: Sauf erreur, un des principes fondamentaux de la loi britannique est que tout homme est présumé être innocent, jusqu'à preuve du contraire. Le Gouvernement a déclaré que la fixation des prix de revente est nuisible à l'intérêt public. Sous le régime de loi britannique, c'est au Gouvernement qu'il incombe de faire la preuve de son affirmation. Jusqu'ici, il n'en a rien fait. Je n'ai pas vu citer un seul chiffre qui ait pu prouver que l'usage en question soit nuisible. De fait, la motion originale déclare à tous les petits commerçants de chez nous: "Vous devez comparaître devant nous et prouver que la fixation des prix n'est pas une pratique dangereuse". Si j'interprète correctement l'esprit de la loi, cette prétention est absolument contraire aux principes dont s'inspire la justice au Canada.

Le PRÉSIDENT: Pas d'interruptions, je vous prie.

M. THATCHER: Il est d'élémentaire équité qu'ayant affirmé le péril d'une coutume, ce soit au Gouvernement qu'il incombe de prouver l'existence de ce péril. Le ministre de la Justice et d'autres personnes encore, nous ont dit que cette preuve est établie par le comité MacQuarrie; pourtant, du même coup, le ministre refuse de nos fournir les éléments sur lequel cette conclusion se fonde. Si nous voulons tirer des déductions logiques, il n'y a qu'une voie qui nous soit ouverte: comparons l'écart entre les prix des produits à prix fixés et des articles à prix libres. Je vais donc appuyer l'amendement. Et le Gouvernement devra

l'accepter à moins qu'il n'ait l'intention bien arrêtée de nous transformer en assemblée de polichinelles.

M. HARKNESS: J'estime que la situation où nous nous trouvons est définie en termes excellents dans le mémoire dont nous sommes saisis, texte rédigé par le Congrès des métiers et du travail. Nous lisons à la page 4:

> Quels qu'aient été les renseignements dont le comité disposait quant à l'étendue de la fixation des prix de revente, il n'a pas réussi à communiquer à votre Comité ni à aucun autre groupement intéressé de preuves concrètes pouvant servir à appuyer ou à condamner la fixation des prix de revente.

Nous en sommes exactement là. Nous sommes démunis de toute preuve solide dont nous aurions pu étayer une décision sur les avantages ou les inconvénients de la fixation des prix; à moins d'avoir une telle preuve, nous sommes impuissants à rédiger un rapport qui en vaille la peine. Veuillez bien noter que cette affirmation ne provient pas de mon propre fonds; elle a été avancée par un groupement qui a comparu ici même pour déposer contre le maintien des prix de revente; mais je pense également qu'il est hors de doute qu'à moins de posséder des preuves convaincantes, nul ne peut décider si la coutume en cause sert ou dessert l'intérêt public. Le rapport du comité MacQuarrie nous laisse, à cet égard, le bec dans l'eau; il se borne à affirmer, sans rien de plus. C'est pourquoi, je le répète, il faudrait que nous nous en tenions à la ligne de conduite établie hier, que nous convoquions des témoins afin de recueillir des témoignages quant à l'écart des prix entre les marchandises à prix fixés et les marchandises à prix libres; essayons de nous procurer des chiffres précis qui peindraient la situation de fait. Je me propose d'appuyer l'amendement de M. Fulton.

Mme FAIRCLOUGH: Nous avons entendu affirmer ce matin que la complexité du problème a poussé le comité du programme et de la procédure à présenter cette proposition; c'est pour la même raison, Monsieur le Président, que j'appuie l'amendement. Les témoins ont essuyé des critiques tant au comité qu'au sein du sous-comité du programme et de la procédure parce qu'ils n'avaient pas fourni de renseignements d'ordre statistique; mais à quoi servent les statistiques quand on ne sait pas les interpréter? Un vieux dicton nous affirme que si les chiffres ne mentent pas, les menteurs peuvent aisément jongler avec les chiffres. Toutes les statistiques seront pour nous lettre morte, si nous ne pouvons consulter des spécialistes de confiance qui en feraient l'exégèse. A mon sens, nous devrions nous procurer les chiffres voulus ainsi que les services d'un spécialiste en la matière. Le comité du programme et de la procédure, n'a pu décider hier quels chiffres il voulait: prix de revient, prix payés par le premier grossiste, ou prix entre ces deux,—ne disons pas extrêmes,—maillons de la chaîne. Le comité, somme toute, a levé les bras au ciel en s'exclamant: "Nous ne savons nous-mêmes quels renseignements il nous faut obtenir". J'affirme derechef que si l'avocat-conseil et le commissaire aux coalitions avaient pris contact avec un comptable sachant déterminer les prix de revient, ils auraient établi sans tarder les questions voulues. A mon sens, nous ne pouvons terminer nos séances avant d'avoir établi si la fixation des prix de revente est bonne pour le public ou lui est préjudiciable; en effet, songez à tout ce qui dépend d'une répartition égale, équitable et rentable des biens de consommation chez nous, songez surtout aux emplois occupés par des Canadiens; si vous laissez une distribution sporadique entraîner une fabrication sporadique, les emplois en cesseront d'être permanents: voilà, selon moi, le problème essentiel qui se pose à nous. A moins qu'on ne réussisse enfin à prouver que la fixation des prix de revente est mauvaise, qu'elle est préjudiciable à l'intérêt du consommateur, je me refuse à appuyer le rapport du comité MacQuarrie; pour l'instant je suis persuadée que la seule chose que nous puissions faire en ce sens soit d'adopter l'amendement proposé par M. Fulton.

M. MACINNIS: Monsieur le Président, je suis stupéfait et inquiet de constater l'importance que mes collègues semblent accorder ici aux chiffres. J'estime qu'il s'agit de bien autre chose que de chiffres; il s'agit d'un principe bien précis

Sans pouvoir prédire ses effets à l'avenir, il nous est permis d'affirmer que ce principe est le suivant: permettrons-nous à un groupe restreint d'hommes de mettre la main sur tous les rouages de notre économie et de ne vouloir rendre compte de leur gestion qu'à eux-mêmes ? C'est pourtant ce qui se passe aujourd'hui. Qui fabrique les articles à prix fixés ? Les fabricants. Qui oblige les commerçants à s'en tenir à ces prix ? Les fabricants. En dehors d'eux, qui a voix au chapitre ? A mon avis, c'est de cela qu'il s'agit. Il ne s'agit pas nécessairement de savoir si, actuellement, la fixation nuit au consommateur. Il est fort possible qu'à un moment donné, cet usage joue en faveur du consommateur. Voyez une entente: pendant un temps donné, cette entente peut servir les intérêts du public en réduisant ses prix, jusqu'à ce que, bien entendu, elle devienne maîtresse du marché et impose aux consommateurs des prix exorbitants. La même situation se reproduit dans le problème que nous examinons. Comme Mme Fairclough l'a dit justement, les chiffres ne servent de rien, à moins d'être compris; j'ajoute, quant à moi, qu'advenant l'adoption de l'amendement, je ne suis pas convaincu que le Comité puisse comprendre la masse de chiffres dont nous serions saisis. J'ai déjà quelques cheveux blancs; mais le plus vert de mes collègues aurait les tempes argentées (oui, M. Fulton lui-même) avant que nous n'émergions du flot des statistiques pour établir un rapport logique et cohérent fondé sur ces chiffres. Cette besogne, c'est le rocher de Sisyphe.

On affirme que le Comité MacQuarrie n'a pas demandé aux fabricants et aux détaillants de lui fournir des faits précis. Voilà pour le moins, une affirmation extraordinaire. Ces gens comparaissaient à titre de témoins devant le Comité MacQuarrie, qui poursuivait une enquête. A quoi pouvait s'attendre le Comité de la part d'un témoin, que s'apprêtait-il à entendre ? Un avocat, un juge, qu'attendent-ils du témoin appelé à la barre ? Que ce témoin apporte des preuves dans un sens ou dans l'autre. Ces gens déposaient devant le Comité MacQuarrie afin de prouver que, même si la fixation des prix de revente n'était pas la formule idéale, elle avait toutefois de bons côtés.

Se fondant sur leurs dépositions, le Comité MacQuarrie a conclu que la fixation des prix était une chose dangereuse; il a soumi en conséquence ses vœux au Gouvernement. Ensuite, on nous a, pour ainsi dire, demandé de revoir le rapport et de proposer des modifications à la loi des enquêtes sur les coalitions. Mais comment proposerions-nous des modifications sans avoir passé en revue l'ensemble du problème ? Si nous concluons que la fixation des prix n'est pas une mauvaise chose, il est évident que nous rejetons l'idée même de modifications.

Je le répète, monsieur le Président, il ne s'agit pas seulement d'interminables tableaux de chiffres, mais d'un principe fort net: qui va régir notre économie ? S'il faut que quelqu'un tienne des rênes, que ce soit du moins des hommes responsables devant les consommateurs, et non pas ceux qui ne tirent du contrôle des prix, que des avantages.

M. BEAUDRY: Sur une question de règlement: M. MacInnis affirme j'espère ne pas me tromper; si je ne me trompe, qu'on me le dise que nous sommes réunis ici pour définir un principe dont dépend notre économie tout entière—celui du maintien des prix de revente.

Qu'on me permette de signaler que les témoignages que nous avons sous les yeux établissent à l'évidence (personne ne les a révoqués en doute) que la fixation des prix de revente ne s'étend qu'à environ 15 p. 100 (calculé en dollars) du volume de nos opérations commerciales; il semble par conséquent que le problème n'est pas de ceux qui doivent nécessairement bouleverser l'ensemble de notre économie.

En outre, M. MacInnis déclare qu'à l'heure actuelle l'économie canadienne est soumise à l'hégémonie absolue des fabricants. Qu'il relise la page 277 du compte-rendu; il y verra reproduite une question (ou un ensemble de questions) adressée à M. Harris, de la Fédération des détaillants Canadiens. Ce texte lui permettra d'envisager la question sous un jour entièrement différent.

A mon humble avis, M. MacInnis s'est rendu coupable de deux affirmations démenties par les faits.

Le PRÉSIDENT: Nous permettons à tout le monde d'exprimer son point de vue.

M. MACINNIS: Je regrette d'avoir été le seul membre du comité qui ait proféré des assertions contraires à la réalité. Je félicite mes collègues de leur supériorité intellectuelle; mais M. Beaudry, victime de son intelligence statique, a oublié une chose: la proportion peut bien être de 15 p. 100 aujourd'hui, mais si certains fabricants trouvent que c'est une bonne chose, qu'arrivera-t-il demain, ou dans dix ans?

M. HARKNESS: Règlement!

Des VOIX: Règlement!

Le PRÉSIDENT: Il faudrait que tout rappel au Règlement soit intelligemment formulé.

M. HARKNESS: Nous essayons de décider en ce moment s'il conviendrait ou non de nous procurer des renseignements complémentaires.

Le PRÉSIDENT: Nous discutons l'amendement proposé par M. Fulton aux clauses 2 et 3 du rapport.

M. HARKNESS: Mais au lieu de s'en tenir à cela, les deux ou trois derniers orateurs ont traité le pour ou le contre de la fixation des prix de revente; je soutiens que cela est contraire au règlement, en ce qui concerne ce point-ci.

Le PRÉSIDENT: Jusqu'à cette interruption, il me semble que tous les orateurs s'en sont plus ou moins tenus à l'examen des idées exprimées dans le rapport du sous-comité du programme et de la procédure, ou encore à l'amendement de M. Fulton. La meilleure formule consiste à laisser tout le monde exprimer son point de vue.

M. FLEMING: Si nous adoptons le rapport du sous-comité du programme et de la procédure, notre comité se sera couvert de ridicule; en outre, il aura enfreint certains principes élémentaires de justice et d'équité, principes auxquels il ne suffit pas de rendre un hommage sans sincérité au Parlement. C'est là que M. Carroll et Beaudry et certains de leurs collègues, ainsi que monsieur le Président, auraient dû tenir ces propos s'ils renferment un grain de bon sens. Ce n'est pas à notre Comité qu'il appartient de détruire l'œuvre édifiée par les deux chambres du Parlement; le raisonnement de M. Carroll nous amène à la conclusion que c'est précisément cette besogne de destruction que le comité du programme et de la procédure voudrait nous imposer.

Le mandat de notre comité est rédigé sans équivoques et il n'est pas possible de l'interpréter de travers: en voici le texte:

> Qu'un comité mixte des deux Chambres du Parlement soit institué en vue d'étudier le rapport intérimaire de la commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions, déposé sur le bureau du Sénat le mardi 6 novembre 1951, et en vue d'étudier les modifications appropriées à la loi d'enquête sur les coalitions, qui découlent de ce rapport.

Cela se fonde sur un examen du rapport; plus loin, on nous donne pouvoir d'interroger les témoins sous la foi du serment. Pourquoi donc? Sans aucun doute, pour examiner les données mêmes du rapport. Les Communes et le Sénat ne nous ont pas laissé entendre que le siège était fait à l'avance, que nous devions nous borner à entendre les attaques que ses adversaires voudraient bien diriger contre le rapport tout en leur demandant de fournir tous les documents utiles à l'appui de leurs affirmations. Voilà le fonds de l'argument invoqué ce matin au sein du comité par MM. Carroll et Beaudry. Si la question était entendue avant même la constitution du comité c'est une plaisanterie vide de sens que de tenir nos séances. Si nous estimons que notre rôle est sérieux, il faut admettre que nous sommes chargés de procéder à une enquête intelligente et approfondie du rapport afin de nous convaincre en notre qualité de juges désignés par le peuple canadien, de ce que les conclusions du rapport sont bien ou mal fondées.

Nous ne nous laisserons pas dicter notre décision par le premier venu. Nous ne pouvons déclarer à un groupement donné: "Vous êtes suspects, l'affaire étant jugée d'avance; vous avez la charge de faire la preuve avant même d'avoir mis les pieds ici". Pareil état de choses blesserait la conception que nous nous faisons de notre devoir, en tant que membres du Parlement. Chose certaine, deux Chambres nous ont nommés pour recueillir les faits, examiner les témoignages et nous prononcer en connaissance de cause. Juges compétents, investis par le peuple des pouvoirs nécessaires pour juger la fixation des prix de revente, nous avons à déterminer si les avantages l'emportent sur ses inconvénients de cette coutume; le Comité aura failli à ses devoirs, il n'aura exécuté le mandat que les deux chambres du Parlement nous a conféré, si on ne va pas jusqu'au fond des choses.

Qu'est-ce donc qui nous fait hésiter? D'aucuns ont prétendu que la tâche est trop lourde. Si elle est trop pesante pour nos épaules, nous ferions peut-être bien de voir si nous conservons toujours notre sens des responsabilités en tant que parlementaires Ce serait une honteuse parodie de nos responsabilités de parlementaires que d'aller déclarer au Parlement: "Nous n'avons pas accompli la moitié de notre tâche mais un dixième à peine, parce qu'elle était au-dessus de nos forces". Je n'aimerais pas me trouver dans une telle situation, pas plus que les autres membres du comité. Cherchons à recueillir les faits, si nous voulons nous former une opinion bien assise.

Le rapport MacQuarrie fait état d'opinions nombreuses, mais il ne fait mention d'aucun fait essentiel; si des faits lui ont été soumis, le Comité devrait profiter des mêmes avantages, mais on ne nous a rien donné dans ce domaine. Pour le moment, nous sommes enfermés dans le cadre étroit du rapport, qui se borne à énumérer des opinions. Mais un comité parlementaire devrait avoir autre chose pour éclairer sa lenterne. J'avais toujours cru qu'un comité comme le nôtre était désigné pour recueillir des précisions, pour nous permettre, en tant que juges, d'établir si les diverses opinions sont corroborées par les faits. Si nous prenons la ferme résolution de nous procurer ces faits, nous découvrirons qu'ils sont à portée de la main. Sauf tout le respect que je dois à mes collègues, il n'en est pas un seul, parmi nous, qui soit de taille à se prononcer sur le problème sur la seule foi des opinions qui nous sont soumises d'un peu partout. Nous ne pouvons asseoir notre décision que sur des faits. Une fois en possession de ces données, des membres du Parlement ne devraient avoir aucune difficulté à se prononcer; mais un rapport basé exclusivement sur les opinions des autres ne leur rendrait pas du tout justice.

M. Beaudry parle du comité des prix de 1948. J'ai partagé avec lui la pénible expérience qu'a constitué l'assistance aux longues séances de cet organisme. Il affirme que nous ne devons pas chercher des preuves concluantes. Selon lui, le Parlement canadien ne doit pas chercher des preuves concluantes. Faut-il fermer les yeux sur ce qui peut constituer une preuve? Faut-il faire fi des témoignages et nous contenter d'opinions qui peuvent n'être basées sur rien de solide?

M. Beaudry: Je n'ai jamais dit que notre comité ne doit pas chercher à se procurer des preuves concluantes. J'ai déclaré que le Comité ne doit pas chercher à prouver, de façon concluante, une chose établie déjà par deux corps distincts au cours d'une enquête antérieure.

M. Fleming: Si l'affaire est jugée d'avance, pourquoi désigner un comité? Si l'affaire est déjà entendue avant de nous être soumise, nous nous livrons ici à une mauvaise plaisanterie. Qui, parmi nous, voudrait en être? Faut-il donc admettre que les termes de notre mandat sont des mots vides de sens, que notre position est devenue autre tout simplement parce que M. Carroll affirme que l'affaire est tranchée avant d'être jugée?

M. Carroll: Je n'ai jamais dit cela.

M. Fleming: Mon collègue n'a pas dit que l'affaire était jugée à l'avance, mais cela ressort clairement de son argumentation. Il a déclaré que nous ne

sommes ici que pour écouter parler les adversaires du rapport MacQuarrie et ne connaître, en fait de données précises et de chiffres, que ceux qu'il leur plairait de citer. Je voudrais bien savoir, Monsieur le Président, si le Ministre de la Justice va nous dire . . .

L'honorable M. GARSON: Je parlerai si on m'en donne l'occasion . . .

M. FLEMING: . . . qu'il nous faut renoncer à tout effort intelligent visant à recueillir des données précises? Si c'est là son intention, je crains bien qu'il ne tente de défaire ce que le Parlement nous a clairement chargés de faire. Il invite tout simplement le Comité à transformer la procédure parlementaire en une comédie.

L'honorable M. GARSON: Je me demande s'il me sera permis de répondre à la question exprimée en termes prolixes de mon honorable ami et d'en arriver aux faits dans cette affaire.Dans le dessein de régler à fond les points soulevés, il me faudra, je le crains, répéter pour la troisième ou quatrième fois peut-être ce qui s'est effectivement passé.

Disons pour commencer qu'on a formulé des affirmations qui sont, à mon sens, tout à fait erronées. On a dit que le comité MacQuarrie avait entendu tel genre de témoignage ou tel autre. Le compte-rendu démontre que dès ses premières séances, le comité a décidé pour des motifs que la logique permet d'appuyer qu'il serait mieux à même de se prononcer s'il entendait les témoins à huis-clos.

Tous ceux qui se sont familiarisé avec la fixation des prix de revente aux Etats-Unis, savent qu'à l'occasion de puissantes entreprises de fabrication, peu désireuses d'avoir recours là-bas à la fixation des prix, ont essayé d'assurer la vente libre de leurs produits. Mais la coalition des détaillants leur a fait crier merci et les a forcées d'exprimer des excuses publiques, dans des annonces publiées à leurs frais. Une de ces entreprises a même versé $25,000 pour le financement de la campagne de propagande que les syndicats de détaillants avaient lancée afin de conserver le régime de la fixation des prix de revente dans ce pays-là.

Nous pouvons présumer sans crainte de nous tromper qu'en recevant à huis-clos les témoignages de personnes qu'auraient pu effaroucher les conséquences qui s'en seraient suivies, le comité MacQuarrie a obtenu des dépositions beaucoup plus exactes. Quoi qu'il en soit, le comité décida donc de recevoir ces témoignages d'une manière strictement confidentielle.

Je signale aux membres de notre comité qu'un ou deux témoins tout au plus ont affirmé n'avoir soumis aucun chiffre précis; mais ils ne savent pas ce que d'autres ont pu produire. Lors même qu'ils n'auraient pas présenté de chiffres, rien, dans les termes de la convocation que leur a adressée le comité MacQuarrie, ne les empêchait de citer des chiffres. Voici le texte de l'invitation envoyée par le comité MacQuarrie à ces divers organismes:

> Pour sa gouverne dans l'étude qu'il a entreprise, le comité est extrêmement désireux d'entendre dans les plus brefs délais les divers points de vue des organisations, firmes ou particuliers qui voudraient faire connaître leur opinion sur les questions visées par les attributions dudit comité.

Absolument rien n'empêchait les témoins de citer des chiffres devant le comité MacQuarrie.

Outre les déclarations de ces deux témoins en ce qui a trait à leur propre domaine, rien ne vous dit si le comité MacQuarrie a, oui ou non, été saisi d'un tas de statistiques.

Monsieur le Président, afin de détourner de nous les foudres tonnantes de mon ami d'Eglinton et de ses collègues conservateurs, qui nous reprochent notre lourdeur d'esprit, afin de les empêcher de nous dire que nous ne devons pas nous prononcer sur la fixation des prix de revente sans les étayer d'une masse de données statistiques, je vais citer une déclaration du Ministère du Commerce britannique; c'est, de fait, le programme tracé par Sir Hartley Shawcross, peu avant les récentes élections anglaises.

M. FLEMING: Ce n'est plus lui qui définit la politique à suivre.

L'hon. M. GARSON: Si mon ami veut bien se maîtriser un instant je dirai que j'ai sous les yeux également le compte rendu d'un débat qui a eu lieu à la Chambre des communes au sujet d'une résolution présentée par un député travailliste, appuyée par un autre député travailliste et même approuvée par certains députés conservateurs. La Chambre des Communes fut ainsi en mesure d'aboutir à des conclusions au sujet de la fixation des prix de revente sans disposer d'une foule de statistiques; si donc nous sommes exposés à la critique nous avons tout au moins la satisfaction de savoir que bien que nous soyons critiqués par des gens distingués nous sommes en assez bonne compagnie car sir Hartley Shawcross est loin d'être un imbécile.

Il est vrai, comme l'a déclaré le représentant d'Eglinton, qu'il serait très difficile de libeller le mandat du Comité,—l'examen du rapport MacQuarrie,—en des termes qui fixeraient exactement ce que le Comité doit faire. De toute façon ce qui a été fait dans ce cas particulier c'est qu'en présentant la résolution à la Chambre je me suis donné, je crois, beaucoup de peine mais, vu le peu d'effet produit sur certains membres de la Chambre, j'aurais pu m'en dispenser. Cependant je me suis donné beaucoup de mal pour faire connaître exactement ce qu'il en était de cette résolution. Voici ce que j'ai dit:

> Les conclusions et vœux du comité MacQuarrie,—les honorables députés qui ont parcouru le rapport le savent—sont d'un caractère très précis. Le comité MacQuarrie a conseillé, de fait, d'interdire la fixation du prix de revente. Voilà donc une proposition précise et concrète.
>
> Devant une telle proposition bon nombre de marchands, de fabricants et de dirigeants de plusieurs associations industrielles ou commerciales représentatives ont prié le Gouvernement de leur fournir l'occasion de témoigner devant lui ou devant une commission parlementaire. Le Gouvernement a jugé qu'il devait acquiescer à leur demande. Toutefois, il croit préférable à bien des égards que ces témoignages soient rendus devant une commission parlementaire mixte, où le public et les journalistes soient admis, afin que les renseignements soient mis à la portée de tous les intéressés, y compris les membres de la Chambre. Le comité mixte sera donc chargé d'étudier le rapport intérimaire du comité MacQuarrie ainsi que les modifications appropriées à apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions en se fondant sur les conclusions du rapport.

Puis j'ai ajouté:

> Le Gouvernement espère que le comité parlementaire mixte pourra se mettre à la tâche le plus tôt possible, qu'il pourra exécuter son travail assez rapidement pour que les mesures législatives qu'il sera appelé à étudier puissent être présentées au Parlement avant la fin de la présente session ainsi que le laissait prévoir le discours du trône.

J'aimerais qu'on me dise en quels termes il serait possible d'exposer la situation plus clairement. Nous avons dit dans le discours du trône que nous avions accepté le rapport MacQuarrie lequel semble se fonder sur une étude bien plus vaste que celle sur laquelle se fonde le document qui a été présenté à la Chambre britannique. Et si nous n'avions fait aucune enquête préliminaire, nous contentant d'établir et de présenter à la Chambre notre politique en cette matière? Les pouvoirs que nous confère la Constitution nous auraient permis de le faire, car ne l'oubliez pas, nous n'avions pas seulement le rapport MacQuarrie mais le complétant et l'explicitant nous avions l'avis du service des enquêtes sur les coalitions qui s'occupe de ces questions depuis plus d'un quart de siècle, et qui durant tout ce temps a acquis une certaine compétence en la matière.

Nous avons dit que nous soumettions la question à ce comité simplement pour qu'il étudie le rapport MacQuarrie et pour qu'il s'assure que les groupes qui s'opposent aux conclusions de ce rapport ne sont pas en mesure de fournir des arguments puissants et irrésistibles pour que nous revoyions la question au lieu de prendre une mesure fondée sur le rapport. Notre demande n'avait

rien de déraisonnable. Chacun de ces groupes s'était présenté devant le comité MacQuarrie dans un certain intervalle et avait eu toutes les occasions voulues de se préparer à défendre son point de vue; et tout ce qu'il lui suffisait de faire c'était de venir témoigner devant nous en répétant ce qu'il avait dit auparavant et en y apportant les modifications qu'il jugerait appropriées. Nous pourrons alors décider si le rapport du comité MacQuarrie est si déraisonnable qu'il nous faille revenir sur la ligne de conduite que nous avons exposée dans le discours du trône, déchirer le rapport du comité MacQuarrie et tout recommencer.

Ceci n'est pas du tout un cas où des gens sont tenus coupables avant qu'il ait été prouvé qu'ils le sont. C'est simplement un cas où le comité MacQuarrie a accordé à ces groupes toute l'occasion voulue, sans aucunes restrictions, de présenter leur point de vue. Après avoir entendu le pour et le contre, le comité en est venu à formuler une opinion qui semble tout à fait raisonnable, opinion que le Gouvernement a fait sienne et qu'il a présentée comme ligne de conduite. Puis par surcroît de prudence le Comité vérifie si les personnes intéressées pourraient prouver que le rapport est défectueux à certains égards.

Et que trouve-t-on en écoutant ces observations ? A cet égard je suis d'accord avec M. Hees et je l'ai déjà dit. Ils viennent ici, si je peux reprendre ses termes, pour faire un long exposé de généralités qui ne veulent vraiment rien dire. Leurs arguments n'offrent rien de tangible.

A qui la faute ? Est-ce la faute du Comité ? Rien n'a pu empêcher ces messieurs dont les affaires sont si gravement en jeu, comme l'ont dit certains, de présenter des chiffres au comité MacQuarrie et rien ne peut les empêcher de les présenter à ce comité. Mais pourquoi, tant qu'ils n'auront pas montré que quelque chose ne convient pas dans le rapport MacQuarrie, le Comité entreprendrait-il une grande étude qui ne peut pas être terminée en moins d'un an ?

Des VOIX: Oh! Oh!

L'hon. M. GARSON: Je dois dire que si mon honorable ami entre dans le domaine où il se propose d'entrer, c'est exactement ce qu'il fera. Le président a dit que c'est ce que le commissaire aux coalitions a fait savoir au sous-comité du programme et de la procédure hier. Je ne sais pas combien de temps exactement cela prendrait mais ce serait très long et en cette affaire j'incline, en toute déférence, à accepter ce point de vue plutôt que celui de mon honorable ami.

M. FLEMING: Nous avons siégé au comité des prix en 1948 saisis d'une question bien plus importante et nous avons présenté un rapport après quatre mois et demi de séances avec toutes les réunions dont parle M. Beaudry.

L'hon. M. GARSON: Je me demande si mon honorable ami sait combien de temps il a fallu à la Commission fédérale du commerce des Etats-Unis pour étudier la mise au point d'un rapport sur cette même question ? S'il le savait, il n'aurait pas dit ce qu'il vient de dire.

M. FLEMING: Ce qui m'intéresse ce sont les données canadiennes et non les données anglaises ou américaines.

L'hon. M. GARSON: Mon honorable ami constatera, que les données considérées soient anglaises, américaines ou canadiennes, que le problème de la fixation des prix de revente est tout à fait le même dans ses grandes lignes dans ces trois pays. Si des personnes très compétentes de ces autres pays n'ont pas été en mesure de le faire en une courte période de temps, il est peu probable, malgré toute sa sagesse que le député soit en mesure de le faire au Canada.

A mon avis la situation se présente ainsi: jusqu'à présent et je parle en mon nom propre et pas au nom des autres membres du Comité, je dois dire que les délibérations du Comité n'ont donné lieu à aucune révélation qui m'inciterait à supposer, ne serait-ce qu'une seule minute, que le rapport MacQuarrie est faux. D'autres témoignages seront peut-être fournis, mais tant qu'ils ne seront pas fournis sous forme mettons de chiffres, je considérerai que nous ne sommes pas fondés à repousser les recommandations du comité MacQuarrie, à nous opposer au mandat du comité tel qu'il a été fixé par la Chambre des communes,

à attaquer ce qui a été dit à la Chambre des communes ou ce qui a été fait jusqu'à présent, ou à faire autre chose que de continuer à écouter les exposés que nous font ces témoins. Pour cette raison je me propose de voter contre l'amendement et d'appuyer la motion du sous-comité du programme.

M. HEES: Vous avez dit qu'on pourrait poser une question?

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. HEES: Vous avez dit que rien ne pouvait empêcher ces gens là de fournir des témoignages . . .

Le PRÉSIDENT: Avant que l'on passe à un échange général d'opinions, je crois, puisque les membres qui ont déjà exposé leur point de vue ont pu le faire sans être interrompus, que ceux qui n'ont pas encore exposé le leur devraient être traités de la même façon.

M. THATCHER: N'est-il pas possible de poser une question au ministre?

Le PRÉSIDENT: C'est ce que M. Hees veut faire. Si nous procédons de la sorte nous ne pourons jamais revenir aux autres membres. En tant que président je vais décréter que d'autres membres ont le privilège de faire connaître leur point de vue, puis des questions pourront être posées.

M. Dickey est le suivant.

M. DICKEY: Je crois que je peux être très bref. J'estime que des assertions peu justifiées ont été faites ce matin au sujet de l'opinion du comité et au sujet de l'approbation par certains membres des propositions qui ont été faites. Pour cette raison je crois qu'il est préférable que nous prenions grand soin de faire connaître notre point de vue afin qu'il n'y ait pas de malentendus.

J'ai accepté l'autre jour que la question soulevée soit soumise au sous-comité du programme, mais je l'ai fait sans être convaincu qu'il fût possible ou souhaitable que le sous-comité mît au point le genre de questionnaire proposé. Nous avons étudié surtout cette question pendant une heure et dix ou quinze minutes l'autre matin et je pensais qu'elle était à peu près réglée comme il faut. Il n'est pas question, à mon avis, de préjuger une question importante. Le comité MacQuarrie a pris connaissance des faits et il en a tiré une conclusion. Il a fait connaître cette conclusion et à cet égard il y a jugement anticipé, car nous disposons des conclusions récentes d'un comité compétent. A ce propos je tiens, pour ma part, à déclarer que mon silence ne signifie pas que j'approuve la suggestion que le comité MacQuarrie n'était pas compétent ou qu'il n'a pas effectué comme il convenait la tâche qu'on lui a confiée. Rien n'a été porté à la connaissance de notre Comité qui puisse indiquer que le comité MacQuarrie s'est acquitté de sa tâche à fond et avec compétence.

Nous sommes saisis de cette décision; le ministre a expliqué comment cette question a pris naissance et pourquoi elle nous est soumise; le débat qui a eu lieu à la Chambre montre clairement à mon avis, ce qu'il en est; et tout à fait en dehors de ces considérations la façon appropriée, sensée et économique quant au temps, d'étudier la question dont nous sommes saisis est de prêter attention aux arguments pour et contre les conclusions du comité MacQuarrie. Nous devons écouter tous les arguments qu'on veut nous présenter à ce sujet et rien ne permet de dire que quelqu'un à aucun moment, a été ou sera empêché de fournir un témoignage pertinent au Comité.

La seule chose que nous devons décider ce matin est si oui ou non nous devons harceler les gens qui savent vraiment ce qu'ils doivent nous dire pour qu'ils mettent à notre disposition des données qui peut-être, a leur avis ne serviraient pas leurs intérêts ou dont ils ne disposent pas. Le Comité ne devrait, je crois, se mettre dans une telle situation et je pense que nous devrions poursuivre l'audition des témoignages qui nous sont faits.

Cette discussion assez longue aura peut-être eu une certaine valeur du fait qu'elle aura donné une idée aux témoins du genre de renseignements qui intéressent le comité et qu'elle les aidera à exposer leurs points de vue au comité.

C'est pourquoi j'ai certes l'intention de voter contre l'amendement de M. Fulton.

Le PRÉSIDENT: Le sénateur Golding?

L'hon. M. GOLDING: Monsieur le Président, la discussion a été intéressante une fois de plus et je n'ai pas l'intention de revenir sur ce qu'ont déjà dit les autres membres du Comité. Cependant parlant en mon nom propre je dois dire que j'avais cru que nous devions nous réunir pour étudier la situation dans son ensemble et préciser, si possible, si cette politique ou cette pratique de la fixation des prix de revente a été préjudiciable au public, si elle a augmenté le coût de la vie ou eu des effets de ce genre. Jusqu'à présent nous n'avons entendu aucun témoignage prouvant que cette pratique a été préjudiciable . . .

Des VOIX: Bravo!

L'hon. M. GOLDING: Et c'est ce que je m'attendais à entendre en tant que membre du comité.

Dans la vie il m'a toujours fallu m'occuper des problèmes de façon concrète. Je ne voudrais pas appuyer l'amendement dont nous sommes saisis ce matin car je ne crois pas qu'il soit nécessaire d'engager de grosses dépenses pour obtenir les renseignements qui me suffiraient et qui suffiraient peut-être aux autres membres du comité. Je crois que nous devrions prendre six, cinq ou quatre articles, en faire l'examen et montrer au comité que la pratique de la fixation des prix est préjudiciable au public. Il me semble que nous pourrions faire cela. Je serai alors tout prêt quant à moi, à reconnaître avec le comité MacQuarrie que c'est un délit pour le fabricant " . . . de recommander ou de prescrire un prix minimum de revente pour ses produits . . .". C'est là la première recommandation du comité.

En fait, monsieur le Président, notre régime économique tout entier est criblé de régimes de fixation des prix. Il y a la confrérie des hommes de loi, celle des médecins et bien d'autres, y compris nos amis qui sont ici ce matin et le Congrès des métiers et du travail. Eux aussi essaient de fixer le prix de la chose que leurs adhérents ont à offrir dans la production de tout article, à savoir le prix du travail.

M. CROLL: Le travail n'est pas une denrée, M. Golding.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

L'hon. M. GOLDING: Je crois qu'il faut leur rendre hommage pour ce qu'ils essaient de faire en faveur de leurs adhérents, cependant ils essaient bel et bien de fixer les prix.

Ainsi quand un fabricant fixe un prix pour son article, le principe est là et il est établi à l'égard des commissions de vente etc. . . . Nous voulons nous assurer que l'application du principe est préjudiciable au public. J'espère qu'un témoin désireux de l'abolition de cette pratique nous démontrera qu'elle est mauvaise et non bonne pour le public.

Telle est ma déclaration et je n'ai rien à dire de personne d'autre.

M. STUART: Le ministre a traité assez à fond les choses auxquelles je pensais et j'aimerais savoir si je peux poser une ou deux questions au ministre de la Justice?

Le PRÉSIDENT: Cela se pourra quand on en viendra à poser des questions au ministre, mais c'est M. Hees qui commencera.

M. STUART: Dans ces conditions j'ai une seule déclaration à faire. Je croyais que le comité devait, pour se faire une opinion, étudier les prix de revient du fabricant et autres éléments semblables. On a dit cela il y a peu de temps. Cependant, après les délibérations que nous avons eues hier après-midi et après avoir étudié la situation dans son ensemble je comprends que sans les observations formulées par les fabricants et les détaillants la Chambre des Communes serait déjà saisie d'une mesure pour régler la situation. Le Gouvernement était convaincu qu'il devait donner force de loi aux propositions ou aux recommandations du comité MacQuarrie. Les observations ont été formulées par un groupe

qui estimait qu'il était en mesure de convaincre un comité comme le nôtre que le rapport MacQuarrie ne tenait pas debout.

On a déclaré ici même qu'un homme est jugé innocent jusqu'à ce que sa culpabilité soit prouvée, mais à cet égard je crois que la tâche incombe à ceux qui ont demandé à venir témoigner devant le comité. Ce sont ces gens là qui devraient fournir les chiffres qui doivent nous convaincre de la défectuosité du rapport MacQurarie. C'est leur travail; ce n'est pas à nous de le faire. Je crois qu'ils devraient nous fournir ces renseignements volontairement afin de consolider l'attitude qu'ils ont prise.

Lorsque cela sera possible je poserai une ou deux questions au ministre.

M. FULTON: N'avez-vous pas dit hier que nous perdrions notre temps à moins de disposer des renseignements demandés dans la motion que je propose?

Le PRÉSIDENT: A l'ordre! Les questions seront posées lorsque les membres du Comité auront terminé leurs déclarations. Cela s'applique aux questions posées au ministre de la Justice ainsi qu'à tout autre membre du comité.

M. Carter?

M. CARTER: Merci, monsieur le président. Si je comprends bien, le comité a une double mission. L'une est l'examen du rapport du comité MacQuarrie et l'autre est la mise au point de projets de modifications à la loi des enquêtes sur les coalitions découlant de ce rapport. Mon opinion est placée quelque part entre les deux opinions extrêmes qui ont été exprimées ici ce matin. Je crois que nous voulons tous faire ce qui est bien et nous voulons tous rechercher autant que nous pouvons la vérité sans laquelle il est impossible d'examiner le rapport MacQuarrie. Je ne sais pas si cette attitude est suffisante mais pour ce qui est des renseignements, M. MacInnis a parlé du principe qui est en jeu; ce principe est une chose très importante et quand plus tard nous envisagerons la modification il nous faudra faire des recommandations qui renfermeront ce principe de telle façon qu'il pourra être appliqué comme il faut. Je ne vois pas comment nous pouvons remplir cette deuxième mission qui nous échoit si nous ne disposons pas des données qui nous manquent encore. Je ne crois pas que nos recherches doivent faire double emploi avec toutes celles qui ont déjà eu lieu. Je ne crois pas que nos travaux doivent faire double emploi avec ceux du comité MacQuarrie et il ne doit pas y avoir de chevauchements. Mais je ne vois pas pourquoi on ne ferait pas un examen de contrôle de deux ou trois articles-témoins, les machines à laver, les frigidaires et les postes de radio par exemple. On contrôlerait ces articles et on verrait bien ce qui en résulterait. Je ne sais pas, si le sous-comité du programme a trouvé la chose impossible mais c'est quelque chose à quoi j'ai songé. Je crois que nous ne devrions pas prolonger indûment ces séances, mais il me semble qu'il existe un moyen terme entre les deux extrêmes qui ont été proposées ce matin.

Le PRÉSIDENT: M. Croll, avez-vous quelque chose à dire?

M. CROLL: Je désirais attendre quelque temps, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Le sénateur Lambert.

L'hon. M. LAMBERT: La discussion qui a eu lieu ce matin me fait penser à un jeune homme (sérieux) qui s'en va faire un long voyage afin d'atteindre une destination bien définie et qui s'arrête à peu près à chaque mille pour se demander s'il va oui ou non poursuivre son voyage vers la destination qu'il s'est fixée. En plus de M. Forsey trois groupes ont témoigné devant nous. Nous avons écouté les représentants du commerce de la pharmacie et ceux du commerce des appareils électriques et nous leur avons, je crois, clairement indiqué que nous aimerions avoir certains renseignements qui ne figuraient pas dans la documentation qu'ils nous ont fournie. Il fut, en conséquence, décidé et je pense à l'intervention qu'a faite M. Hees l'autre jour, qu'on suivrait une certaine procédure à l'égard

de l'association des détaillants. Leurs représentants doivent revenir ici jeudi prochain pour essayer de nous fournir ces renseignements au sujet de la distinction à faire entre les produits dont le prix de revente est fixé et ceux dont le prix de revente n'est pas fixé. De la même façon les fabricants d'appareils électriques sont censés revenir ici afin de nous fournir des renseignements quant à la marge qui existe entre le prix de revient des appareils et leur prix de détail, c'est-à-dire la majoration. J'affirme maintenant, comme j'ai essayé de le faire comprendre au sous-comité du programme hier que ces renseignements sont des données absolument essentielles au problème qui nous occupe et qui consiste à déterminer si les recommandations qui figurent dans le rapport du comité MacQuarrie sont fondées ou non, et je suis porté à m'opposer à la proposition de M. Fulton du point de vue pratique elle n'est guère admissible. Je ne pense pas que notre comité ait la compétence voulue—malgré tout le respect qu'on lui doit—pour procéder à l'examen de tous les détails de comptabilité, du prix de revient, etc. . . Si c'est là l'examen que nous devons faire alors je suis porté à croire que notre comité devra proposer la création d'une commission d'enquête semblable à la commission Curtis pour effectuer ce travail car je ne crois pas que nous puissions le faire ici comme il convient. Notre véritable mission consiste, à mon avis, à évaluer les conclusions du comité MacQuarrie. Pour moi il n'est pas question de dire si ces conclusions sont justes ou non. Je ne peux actuellement pas dire, pour être franc, si ces conclusions sont justes ou non. Je désire connaître un peu mieux les circonstances ou les données sur lesquelles le comité MacQuarrie s'est fondé pour élaborer ses conclusions. Je crois également que cela ne nous mènera nulle part et malgré tout le respect que nous devons à l'hon. M. Garson je crois que nous ne devons pas tenir compte du fait que cette question a été tout d'abord mentionnée dans le discours du Trône. C'est un fait. Notre comité a été constitué pour faire quelque chose. Ne tenons aucun compte du pour et du contre de ce fait car si nous en tenons compte cela signifie simplement que nous tenons une discussion politique du pour et du contre et que l'étude est empreinte d'un sentiment inspiré de considérations de parti et j'imagine que le comité ne fera pas du bon travail dans cette atmosphère. Je pourrais proposer un moyen très simple pour sortir de cette difficulté qui consisterait à saisir de la question un comité sénatorial où on peut obtenir une opinion impartiale exempte de considérations de parti . . .

M. FULTON: Il ne s'agit que d'un même parti monsieur le sénateur.

L'hon. M. LAMBERT: Je porte ma proposition à votre attention. Pour l'instant je crois que nous devrions interroger les témoins qui nous ont présenté des mémoires et essayer d'obtenir les renseignements que nous désirons. Ces renseignements concernent, à mon avis, la question de la majoration, la marge existant entre le prix de revient des fabricants et le prix du détaillant. Nous jugerons si elle est trop considérable et si nous désirons entrer dans certains détails de la question soulevée par M. Fulton au sujet de l'enquête relative à la comptabilité etc. . ., nous pourrons étudier la chose.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, il est maintenant midi quinze. Les représentants du Congrès des Métiers et du Travail attendent ici patiemment qu'on leur donne l'occasion de présenter leur point de vue. J'ai donné à tous ceux qui désiraient prendre la parole l'occasion de faire connaître leur point de vue. Par ailleurs nous risquons de nous engager dans d'interminables interrogatoires entre les membres du comité ce qui, à mon avis, n'est pas opportun. Allons-nous, tout d'abord, mettre l'amendement aux voix?

M. FULTON: Auparavant, monsieur le président, j'aimerais donner lecture de la résolution qui a été adoptée hier par le Comité.

Le PRÉSIDENT: C'est parfait. M. Fulton va lire cette résolution. Qu'il me suffise de dire, monsieur Fulton que le Comité est maître de son destin.

M. THATCHER: Puis-je vous rappeler, monsieur le président, que vous aviez promis que nous pourrions poser une question au ministre.

Le PRÉSIDENT: Poser une question au ministre! Je n'ai jamais entendu les membres du comité poser une seule question. Ils en posent huit, neuf ou dix à la file. Monsieur Thatcher vous avez eu jusqu'à présent toutes les occasions possibles de faire connaître votre point de vue, et vous l'avez fait connaître d'ailleurs.

M. THATCHER: Je veux poser une question au ministre.

Le PRÉSIDENT: Je vais demander au comité si nous devons mettre cette façon de procéder aux voix. M. Fulton a quelque chose à dire, à propos du point qu'il a soulevé dans son exposé, relativement à la motion que nous allons mettre aux voix.

M. FULTON: Je vais limiter mes observations à cette question unique, bien que j'eusse préféré m'en tenir à la pratique suivie normalement au moment de la clôture du débat et répondre à certaines des questions soulevées . . .

M. MACINNIS: A propos du règlement, monsieur le président ce n'est pas la pratique normale qu'une personne qui propose un amendement mette fin au débat.

M. FULTON: Très bien, mais j'aimerais pouvoir lire ce que nous avons décidé hier. Le procès-verbal de la séance d'hier n'a pas encore été imprimé, mais je me sers des notes dactylographiées. Après une discussion, le président a dit et je cite le compte rendu:

> Là encore c'est au sous-comité qu'il appartient de se prononcer là-dessus.
>
> M. FULTON: Je propose que le sous-comité de concert avec le conseiller juridique et le commissaire aux coalitions formule une série de questions adressées à cette association. Ils pourront, plus tard, saisir le comité des réponses fournies à ces questions."

cela signifie naturellement que les réponses au questionnaire devraient être présentées au comité par la suite. Je poursuis la citation:

> Le PRÉSIDENT: Pas nécessairement à cette seule association. M. Croll je pense, a proposé qu'on se renseigne auprès de tous les groupements d'industriels qui comparaissent devant nous.
>
> M. FULTON: Oui, je veux bien accepter cette proposition.
>
> Le PRÉSIDENT: Commençons par régler celle-ci.
>
> M. FULTON: Nous pourrions prescrire, dans notre motion que notre conseiller et le commissaire aux coalitions se rencontreront avec ceux qui présentent les chiffres s'ils désirent les garder secret. Le conseiller juridique du Comité et le commissaire pourraient être présents lors de la préparation de ces chiffres, afin de nous convaincre que ces chiffres sont vraiment de nature à motiver une conclusion."

M. Jutras a alors posé la question suivante: "Que veut dire la dernière partie de ces observations?" J'ai répondu pour préciser ma pensée: "Bien entendu, les renseignements seraient confidentiels."

Ainsi donc, le Comité était saisi d'une motion selon laquelle le sous-comité du programme assisté de notre conseiller juridique et du commissaire aux coalitions devrait établir un questionnaire pour cette association qui devrait fournir plus tard ses réponses. Cette motion fut modifiée afin d'inclure tous les groupements d'industriels témoignant devant le comité. La motion fut mise aux voix devant le comité principal et le compte rendu atteste qu'elle fut adoptée.

Le Comité a donc décidé hier que nous devrions élaborer un questionnaire à soumettre aux témoins.

Le PRÉSIDENT:Les dix membres du sous-comité du programme s'étant réuni avec le conseil juridique et le commissaire aux coalitions, ont de fait décidé ce qui est ici.

M. FULTON: Ils ont étudié la question et ils ont décidé de ne pas suivre cette ligne de conduite. Ils ont donc été à l'encontre de la décision du comité principal.

M. SHAW: J'aimerais qu'on précisât un point: l'acceptation de cette motion implique-t-elle autre chose qu'une vérification de cas isolés ou doit-elle nous entraîner dans le domaine tout entier de la fixation des prix où nous nous procurerons tous les renseignements disponibles sur lesquels et sur eux seulement nous fonderons notre décision?

Le PRÉSIDENT: Pour être juste, je me dois de lire l'amendement tout entier.

1. Que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association soient convoqués derechef pour le lundi 3 décembre.
2. Que la Fédération des détaillants canadiens dont les délégués doivent comparaître de nouveau devant le comité le vendredi 30 novembre ainsi que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association aient latitude de soumettre au comité tous les chiffres se rapportant aux prix, écarts de prix etc. qu'ils voudraient citer à l'appui de leurs mémoires.
3. Que les questions posées dorénavant aux témoins restent dans les bornes des arguments invoqués dans leurs mémoires.

M. Fulton propose le sous-amendement suivant:

Que en vue de permettre au comité de comparer les marges de bénéfices et les prix payés par le consommateur pour les articles tombant sous le régime de la fixation des prix et pour ceux dont le prix s'établit librement, l'avocat du comité et le commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions obtiennent des fabricants et des détaillants comparaissant devant le comité à titre de particuliers ou de représentants d'associations les chiffres afférents aux articles, typiques de la catégorie de produits fabriqués ou manipulés par eux, ces chiffres se décomposant selon les étapes de distribution indiqués ci-après.

1) le prix de revient à la fabrique,
2) le prix au distributeur,
3) le prix au détaillant,
4) le prix au dernier acheteur.

D'articles à prix fixés et d'articles à prix libres de catégorie et qualité comparables:

et que, à l'égard d'un magasin à rayons ou d'un établissement qui fabrique et distribue ses propres produits, les chiffres soient donnés à l'exclusion des détails précités et que l'avocat soit autorisé à recourir aux services d'un comptable s'il y a lieu au fins d'un tel examen.

M. CROLL: Puis-je prendre la parole, monsieur le président? Tout d'abord je n'avais pas l'intention de la prendre.

Le PRÉSIDENT: M. Croll je vous ai donné l'occasion de parler.

M. CROLL: Je le sais, je n'en ai pas profité jusqu'à ce que M. Fulton ait lu dans le procès-verbal que je l'ai appuyé, que j'ai appuyé l'opinion qu'il a exprimé hier au comité.

Le PRÉSIDENT: En toute justice je propose au comité d'avancer maintenant ses travaux en se prononçant par un vote.

Ceux qui sont pour? Contre?

M. FLEMING: Voulez-vous noter le vote, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Je vais appeler les membres par leur nom. Qu'on réponde par oui ou non.

M. FLEMING: Sur l'amendement?

Le PRÉSIDENT: Ceux qui sont en faveur de l'amendement?

Neuf membres se déclarent en faveur de l'amendement et vingt et un membres s'y opposent.

La mise aux voix concerne maintenant les articles 1, 2 et 3 du rapport du sous-comité du programme. Ceux qui sont pour? Contre?

M. BEAUDRY: Auriez-vous l'obligeance de lire les quelques lignes du rapport monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Je cite les articles 1, 2, et 3 du rapport:

1. Que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association soient convoqués derechef le lundi 3 décembre.
2. Que la Fédération des détaillants canadiens dont les délégués doivent comparaître de nouveau devant le comité le vendredi 29 novembre ainsi que les représentants de la Canadian Electrical Manufacturers' Association aient latitude de soumettre au comité tous les chiffres se rapportant aux prix, écarts de prix etc. qu'ils voudraient citer à l'appui de leurs mémoires.
3. Que les questions posées dorénavant aux témoins restent dans les bornes des arguments invoqués dans leurs mémoires.

M. BEAUDRY: Puis-je prendre la parole à l'égard de cette motion, monsieur le président? J'aimerais signaler quelque chose et faire connaître un point de vue qui n'a pas encore été exprimé. Tout d'abord je voudrais faire remarquer qu'à deux reprises au cours du témoignage de la Fédération des détaillants canadiens le témoin a déclaré, ainsi qu'en font foi les pages 265 et 266 du procès-verbal dans un cas qu'il serait très utile que le Bureau fédéral de la statistique fasse des recherches sur la question et dans l'autre cas en réponse à la question ci-dessous, posée par M. Fulton.

> Disposons-nous de quelques données statistiques, ou bien avez-vous des chiffres indiquant le pourcentage du volume total du commerce au Canada qu'atteint la fixation des prix?

le représentant de la Fédération des détaillants canadiens a déclaré:

> Non, monsieur. Je proposerais, par contre, d'en confier l'étude au Bureau fédéral de la statistique. Dans chaque entreprise, et même dans chaque rayon d'un grand magasin, la proportion sera différente. Il y a peut-être un moyen statistique de découvrir celle-ci, mais je ne suis pas assez documenté pour vous le dire.

Je voudrais de plus rappeler au Comité que j'ai demandé moi-même au président et au conseiller, ainsi qu'en fait foi la page 249 du procès-verbal de chercher à obtenir de divers services de l'Etat des données qui, à mon avis, aideraient le Comité à se faire une opinion. Si le Comité me le permet, j'aimerais dire quelques mots au sujet . . .

Le PRÉSIDENT: Pour ce qui est de la procédure à suivre par le comité principal c'est au Comité d'en décider. Pour l'instant, cependant nous étudions le rapport du comité du programme à propos du point en question. Il appartient je crois, au Comité, les deux côtés, de régler la question. Entendons les témoins, puis décidons. Néanmoins je suis aux ordres du comité.

M. CAUCHON: La mise aux voix.

M. BEAUDRY: Si je peux soulever cette question aussitôt après la mise aux voix . . .

M. HEES: J'avais des observations à faire ainsi que M. Thatcher mais nous avons tous les deux renoncé à les faire.

M. BEAUDRY: J'aimerais m'expliquer sur un fait personnel. Ce que nous faisons en ce moment intéresse tous les canadiens . . .

Le PRÉSIDENT: Ce qui intéresse actuellement c'est le rapport du comité du programme.

M. BEAUDRY: Je comprends cela, monsieur le président, mais j'expose toujours un fait personnel. J'aimerais savoir quand il me sera possible de faire une observation qui intéresse, je crois, l'amendement, la motion principale et tous nos travaux. J'aimerais que vous me fassiez savoir, monsieur le président, quand il me sera possible de faire cette observation.

Le PRÉSIDENT: Le Comité a grand besoin d'une détente. J'avais pensé que nous pourrions entendre le témoignage de M. MacDonald. Le quatrième point du rapport du sous-comité du programme contient une proposition de ce genre sauf que nous substituons le nom de M. MacGregor à celui de M. MacDonald et M. MacGregor est convoqué pour demain à trois heures trente.

M. BEAUDRY: Dans le cas qui nous occupe j'avais l'intention de communiquer une opinion au ministre de la Justice au sujet d'une déclaration qu'il a faite.

Le PRÉSIDENT: Je vais m'en remettre au comité. Les membres qui voulaient faire des observations, M. Hees, M. Fulton, M. Croll et d'autres ont tous décidé de s'en abstenir et . . .

M. THATCHER: Je ne m'en suis pas abstenu, monsieur le président. C'est vous qui m'avez dit que je ne pouvais pas continuer à faire mes observations.

Le PRÉSIDENT: Je n'ai pas parlé de vous, monsieur Thatcher.

M. FULTON: Comme vous allez mettre aux voix l'adoption du rapport du sous-comité du programme il me faut dire que j'ai l'intention de voter contre ce rapport car je considère que ses termes restreignent beaucoup trop les travaux du Comité. Je ne dis pas que nous devrions recourir au vote inscrit mais je crois qu'il faut aller aux voix.

Le PRÉSIDENT: Que tous ceux qui sont en faveur des articles 1, 2 et 3 disent oui et ceux qui s'y opposent disent non.

Les articles 1, 2 et 3 sont adoptés sur division.

Voici maintenant l'article no 4:

4. Que sans tenir compte des décisions antérieures portant sur les heures de séance, le comité se réunisse le mercredi 28 novembre à 3 h. et demie de l'après-midi et que M. F. A. McGregor, ex-commissaire sous le régime de la Loi des enquêtes sur les coalitions soit convoqué pour ce jour-là.

Tous ceux qui sont pour? contre?

L'article est adopté.

Messieurs, nous avons ici M. Percy Bengough, président du Congrès des Métiers et du Travail du Canada et M. L. E. Wismer qui fait également partie de cet organisme. Tout d'abord, au nom du Comité je présente nos excuses à M. Bengough pour le retard qui s'est produit mais je suis persuadé qu'il arrive aussi au Congrès des Métiers et du Travail d'avoir à régler des questions de procédure. M. Wismer va d'abord nous faire un bref exposé des questions soulevées dans le mémoire du Congrès des Métiers et du Travail dont un exemplaire a déjà été remis aux membres du comité.

M. L. E. Wismer, directeur du service des études et des relations extérieures du Congrès des Métiers et du Travail du Canada, est appelé

Le TÉMOIN: Monsieur le président, je pourrais dire, je crois, au nom du président Bengough que nous avons suivi avec un vif intérêt votre discussion de ce matin. Dans une certaine mesure, elle révèle que, pour les membres de la commission, la même difficulté se pose que pour nous la difficulté de savoir s'il

faut appuyer le rapport intérimaire, s'il faut tenir pour répréhensible la fixation du prix de revente. J'estime qu'il faut mettre cartes sur table. Nous représentons le groupe le plus considérable de consommateurs syndiqués. Notre organisme compte au moins un demi-million de membres en règle ayant à leur charge, dans plusieurs cas, femme, enfants, parents et ainsi de suite. Ils représentent une forte proportion des consommateurs. Il importe, à notre avis, de déterminer, avant d'arrêter une opinion, si la fixation du prix de revente constitue une protection normale pour l'homme dans un régime économique ou si elle constitue un procédé nuisible. Dans le cas des travailleurs, des salariés, de leurs représentants, le groupement en syndicats tient à une nécessité. Elle tient à une tendance de l'homme à se protéger, non pas à nuire. L'affiliation aux syndicats n'est pas une chose nuisible mais elle doit être considérée comme une protection pour les intéressés. Nous ne sommes pas des employeurs et nous ne sommes pas les représentants des employeurs aussi nous ignorons si les employeurs sont aux prises avec les mêmes problèmes que nous. Nous savons ce que sont nos problèmes. Nous savons qu'il nous faut sans cesse tâcher d'obtenir que les salaires soient au niveau des prix qui montent et nous savons que nous n'avons pas encore trouvé moyen d'y parvenir.

Nous avons toujours un léger retard malgré ce que certains disent et nous savons par expérience, que les prix nous dépassent. Tout ce que vous pourrez faire ou tout ce que le Parlement peut faire pour aligner les prix et les salaires nous intéresse beaucoup. Nous voudrions améliorer le niveau de vie, non pas seulement obtenir de meilleurs salaires, et nous ne sommes pas sûrs que modifier la loi des enquêtes sur les coalitions aiderait à atteindre cette fin.

Voici ce que nous tentons de démontrer dans notre mémoire: nous savons fort bien qu'au cours des ans, on a reconnu graduellement, selon la loi, que les syndicats étaient des organismes légitimes composés de personnes capables de conclure légalement des ententes avec leurs employeurs. S'il faut que des ententes de cette sorte soient conclues par les employeurs en vue de maintenir leur commerce et de protéger leurs intérêts, cela devrait également se faire conformément à la loi. En d'autres termes, nous approuvons toute fixation nécessaire des prix, que ce soit par les syndicats ouvriers ou leurs employeurs, par les avocats, les médecins ou tout autre groupement de personnes, pourvu que ce soit fait en vertu de la loi. Nous sommes d'avis qu'adopter une loi de ce genre, une loi vraiment pratique comportant l'institution d'un office des prix au consommateur où ces dispositions pourraient être prises et approuvées sous la forme qu'il y lieu de leur donner, constituerait un moyen de sauvegarder le principe de l'économie libre.

Le PRÉSIDENT: Nous allons maintenant passer à l'interrogatoire et par suite du temps limité dont nous disposons nous limiterons chaque interrogatoire à cinq minutes au lieu de dix.

L'hon. M. Garson:

D. Mettons qu'un certain nombre d'employés appartenant à votre syndicat travaillent pour un certain établissement. Aimeriez-vous que le fabricant ait le droit exclusif de déterminer lui-même leur salaire?—R. Absolument pas.

D. En ce moment, il a le droit exclusif d'établir vos prix, sa marge de bénéfice ainsi que celle du détaillant et le reste. La chose vous plaît-elle?—R.A-t-il ce droit, monsieur Garson?

D. Vous ne le saviez pas?—R. Quelle force emploie-t-il pour contraindre le détaillant?

D. D'après la pratique de la fixation du prix de revente, c'est lui qui détermine le prix que vous payez. Je vous pose la question suivante: Ne désirez-vous pas vous libérer du pouvoir qu'a le fabricant de déterminer les prix que vous devez payer, tout aussi bien que vous voulez avoir votre mot à dire lorsqu'il s'agit de déterminer vos salaires?

M. BENGOUGH: Cela est vrai de quelques cas, mais il y a, je dois dire, bien des variantes.

L'hon. M. Garson:

D. Le témoin pourrait-il me dire si son opinion au sujet de la fixation des prix de revente est différente?—R. Nous estimons simplement que le fabricant trouve le moyen d'obliger les détaillants à vendre ses produits au prix qu'il veut.

D. Il fixe disons à $10 le prix de vente au consommateur d'un certain article. Il fixe le prix de détail, la majoration du détaillant, la majoration du distributeur et son propre prix, n'est-ce pas exact?—R. C'est exact.

D. C'est tout.

M. Fleming:

D. Me permettra-t-on de demander à M. Wismer si ce procédé dit de fixation des prix est contraire ou conforme à l'intérêt public?—R. Je crois que nous pouvons affirmer ceci. Si l'accord est conclu et appliqué entre particuliers, il faudrait répondre non, mais s'il est généralisé, il faudrait, je pense, disposer de bien plus de renseignements.

D. Avez-vous examiné l'avant-projet de loi qui paraît à la page 34 du compte rendu des délibérations du comité?—R. J'ai lu l'avant-projet primitif.

D. Vous vous souvenez qu'il tend à interdire de façon générale les prix de revente. A votre avis, est-ce la façon convenable et souhaitable de régler cette question, par une interdiction générale? Si nous devons légiférer à cet égard, ne doit-on pas indiquer que dans tel cas, tel genre d'entente, vu les circonstances, est ou non nuisible à l'intérêt public?

M. BENGOUGH: Il faudrait que la mesure fût souple.

M. FLEMING: Vous ne préconiseriez pas une interdiction générale?

M. BENGOUGH: Non!

M. Horner:

D. Il est vrai naturellement que tous les gouvernements qui font des affaires vendent à des prix établis. Par exemple pour ce qui est de la vente des spiritueux et dans certains cas d'autres articles les gouvernements établissent des prix pour toute la province afin que les habitants des petites localités ne paient pas plus cher que les habitants des grands centres. Ne pensez-vous pas que dans de nombreux cas la fixation des prix vient en aide aux petits détaillants de la place et qu'elle permet à ceux qui vivent dans les petites localités d'obtenir des marchandises au même prix que les citadins?

M. BENGOUGH: La pratique peut les écorcher davantage. Nous ne pouvons pas garantir les prix fixés d'après un minimum. On pourrait les fixer d'après un maximum.

L'hon. M. Horner:

D. Ne croyez-vous pas que le fabricant qui cherche à vendre ses produits ne les vendrait pas si cher qu'il en vienne à perdre sa clientèle?—R. Pas toujours. On a constaté que parfois les fabricants préfèrent vendre moins d'articles à des prix élevés que plus d'articles à des prix raisonnables.

D. Cela ne faciliterait pas l'embauchage dans son usine?—R. Non.

M. Fulton:

D. Que pensez-vous de la pratique de la vente des articles sacrifiés telle que nous l'ont décrite ceux qui s'y opposent, à savoir la vente d'un article à un prix inférieur à son prix de revient?—R. Nous nous y opposons fortement.

D. A votre avis ne serait-il pas juste, si nous entendons présenter une loi destinée à prohiber de façon générale tous les accords intéressant la fixation des

prix, de présenter en même temps des mesures législatives destinées à empêcher le recours à la méthode dite de "l'article sacrifié".

M. BENGOUGH: Je crois que ce serait indispensable.

M. JUTRAS: Nous savons qu'il y a du chômage actuellement au Canada. Ne croyez-vous pas qu'il y aurait plus d'emplois pour les chômeurs si les détaillants n'étaient pas astreints à la fixation des prix?

M. BENGOUGH: Je ne suis pas en mesure de vous répondre.

M. Jutras:

D. Vous dites ce qui suit à la page 11 de votre mémoire:

> Nous aimerions que les fabricants et les distributeurs ne soient plus dans l'obligation de conclure des alliances privées qui tendent à maintenir les prix à un niveau trop élevé. Malheureusement, en modifiant la loi de manière à interdire ces alliances on ne supprimera pas, par le fait même leur nécessité.

Nous avons ici le mot "nécessité". Croyez-vous que les ententes privées soient nécessaires à l'heure actuelle?—R. Je ne pense pas qu'il soit spécifié dans notre mémoire que nous reconnaissons la nécessité de ces ententes. Ce sont eux qui reconnaîtraient une telle nécessité. C'est cela ce que nous voulons dire. Depuis longtemps les travailleurs sentent le besoin de former des ententes entre eux afin de se protéger.

D. Tout ce que je vous demande c'est votre avis quant à la nécessité des ententes commerciales.—R. En toute justice je peux dire que le Parlement a effectué une grande enquête dans les années trente afin d'empêcher les écarts de prix et à ce moment là l'enquête portait sur l'aptitude du détaillant à collaborer avec le fabricant sans qu'il en résulte de désavantage pour le consommateur ou le travailleur.

D. Vous avez dit il y a quelques instants que vous vous opposiez nettement à la fixation des prix par des particuliers. Connaissez-vous une autre façon de fixer les prix?—R. Il y a le tarif-marchandises; tous les salaires sont fixés en vertu de la loi; le prix du lait est fixé actuellement dans la plupart des provinces; les prix du blé et des spiritueux sont fixés par les autorités publiques.

D. Savez-vous si des prix sont fixés de toute autre façon en dehors des règlementations de l'Etat?—R. Il y a des prix fixés en quelque sorte par de grandes maisons de détail qui ont des succursales dans tout le pays. Je crois justement que nous avons fait remarquer dans notre mémoire qu'un très important fabricant de vêtements ne serait pas touché par la mesure tandis que d'autres fabricants seraient touchés et il nous a semblé qu'une telle mesure laisserait toute latitude à un groupement.

D. Vous recommandez dans votre mémoire, comme moyen de résoudre le problème, l'établissement d'une commission de réglementation des prix exigés des consommateurs. Théoriquement les salaires sont réglementés dans une certaine mesure et, puisque la main d'œuvre constitue un facteur si important de la détermination des prix, pensez-vous que la commission devrait également s'occuper des salaires?—R. Vous vous rappelez peut-être qu'au début de l'année nous avons présenté un mémoire au sujet des prix. Je ne me souviens pas des termes exacts de ce mémoire mais nous y avons dit que s'il devait y avoir une régie des prix nous serions prêts à participer à des échanges de vues visant à la stabilisation parallèle des salaires. Tout compte fait nous sommes essentiellement des syndicats ouvriers et nous nous occupons des conditions de travail et du maintien des salaires à un niveau élevé. Nous sommes également consommateurs et nous nous intéressons aux prix que nous payons. Nous avons en somme un double intérêt. Si l'on établit une telle commission il serait bon que les consommateurs y soient bien représentés et nous représentons un groupement important.

M. SHAW: Une ou deux questions seulement: votre congrès ou votre bureau d'administration a-t-il effectué une étude approfondie de la fixation des prix de revente et de ses effets sur le consommateur?

M. BENGOUGH: Non je ne peux pas dire cela; pas dans la mesure où une étude de ce genre pourrait être faite au cours d'une plus longue période.

M. Shaw:

D. Si j'ai bien compris, monsieur Wismer a dit que l'organisme qu'il représente s'oppose à ce que l'industrie privée établisse un régime privé de fixation des prix. J'ai cru comprendre que vous vous opposiez à un tel régime. Est-ce là la principale objection que vous soulevez?—R. Je crois que notre objection principale est que la fixation est effectuée à titre particulier et qu'elle est soustraite au contrôle normal du droit public.

D. Encore une question: Seriez-vous prêts à excuser les fabricants qui établissent des prix de détail si cela était conforme à un principe de droit privé? —R. Et que les articles soient meilleur marché?

D. Non, en principe est-ce que votre congrès excuserait ces fabricants?

M. BENGOUGH: Cela peut être un avantage dans certains cas mais cela peut être tout le contraire dans d'autres cas. On ne peut pas répondre oui ou non à cette question.

M. SHAW: Je crois, monsieur le président qu'il y a moyen d'obtenir une réponse à cela. Je vous demande si le Congrès des Métiers et du Travail tolérerait un régime de lois privées dans le domaine de la fixation des prix de revente qui ne permettrait pas d'en appeler aux tribunaux? Est-ce que votre Congrès tolérerait un tel état de choses?

M. BENGOUGH: Si cela était nettement favorable aux consommateurs.

M. SHAW: Je n'ai pas parlé de cela.

M. BENGOUGH: Il faut bien en parler, cet élément est inséparable des autres.

M. SHAW: Je vous demande si vous approuveriez l'établissement d'un régime de lois privées?

M. BENGOUGH: En général nous le condamnerions mais nous ne pouvons pas dire de façon générale que nous l'approuverons.

M. SHAW: Est-il juste de dire que dans certains cas votre congrès pourrait approuver un code privé?

M. BENGOUGH: Je peux dire que nous ne nous y opposerions pas s'il avait des effets heureux.

L'hon. M. GOLDING: Vous vous rendez compte et je suis certain que tous ceux qui sont ici se rendent compte que toute société de fabrication doit, pour subsister, tirer un bénéfice raisonnable des produits qu'elle met en vente?

M. BENGOUGH: Oui.

L'hon. M. GOLDING: Si le fabricant exige un prix raisonnable pour son produit qui lui permet d'avoir un bénéfice raisonnable assurant la rentabilité de son entreprise et d'assurer un bénéfice raisonnable au détaillant et si vous êtes certain que le bénéfice est raisonnable vous ne verriez aucune objection à ce que le fabricant dise au détaillant qu'il lui faut vendre ce produit à tel prix. Par ailleurs si l'on pouvait vous prouver ou si l'on pouvait prouver au public que le prix du produit est exagéré et injustifié alors, naturellement, vous vous opposeriez avec force à la fixation de ce prix?

M. BENGOUGH: Oui.

L'hon. M. GOLDING: Est-ce là votre attitude?

M. BENGOUGH: Oui.

L'hon. M. GOLDING: J'imagine que vous voulez obtenir les renseignements que je veux obtenir moi-même, à savoir, les bénéfices tirés du public qui achète

ces articles sont-ils exagérés? Si nous pouvons obtenir ce renseignement je crois que vous et moi serons d'accord pour ce que nous avons à dire.

M. BENGOUGH: Cela est vrai.

M. Hees:

D. Ai-je raison de croire qu'il y a quelque temps vous et moi nous avons représenté la même circonscription?—R. Il y a eu des élections en Ontario mais je n'y étais pas candidat.

D. Pour commencer j'aimerais préciser que je crois que la sécurité accordée par les syndicats est à l'avantage aussi bien des employeurs que des employés. Je pense que vous serez d'accord avec moi que la constitution d'un atelier syndiqué est un genre de fixation des prix. Je n'en parle pas de façon méprisante. N'est-ce pas le même genre de choses?—R. C'est la même chose pour les mouleurs aussi bien que pour les avocats et les médecins.

D. Je désire savoir si vous jugeriez équitable une mesure législative qui, fondée sur une chose aussi théorique que le rapport MacQuarrie, rendrait l'atelier fermé illégal?—R. Nous combattrions cette mesure de toutes nos forces.

M. Thatcher:

D. Monsieur Bengough, je crois que M. Wismer a déclaré que vous représentiez ici le plus fort groupe de consommateur qui soit au Canada. Votre organisme a-t-il jamais demandé au Gouvernement d'abolir la fixation du prix de revente?—R. Non.

D. Vous ne l'avez pas fait?—R. Non.

D. Pouvez-vous dire au comité si votre Congrès possède des renseignements précis démontrant que la pratique de la fixation des prix de revente est nuisible au consommateur?

M. BENGOUGH: J'en ai fait l'expérience moi-même.

M. THATCHER: Pouvez-vous en fournir la preuve au comité aujourd'hui?

M. BENGOUGH: Elle n'est pas très importante. J'ai fait partie à un moment donné du bureau des gouverneurs de l'Université de la Colombie-Britannique.

M. FULTON: C'est une magnifique institution.

M. BENGOUGH: Je n'ai pas l'intention de vous faire l'historique de ma vie. C'était à l'époque de la crise économique et on a conclu alors avec une fromagerie une entente en vertu de laquelle quelques étudiants devaient assumer la direction et l'exploiter eux-mêmes. En retour du logement et du chauffage gratis qu'on leur accordait, ils s'engageaient à enseigner les rudiments de l'art de la fabrication du fromage à quelques élèves. Tout a très bien fonctionné jusqu'à ce qu'un des syndicats enrôle une partie du personnel et je me suis trouvé alors dans une situation plutôt difficile. Par la suite, il y a eu enquête, étant donné que le patron s'était déclaré incapable de payer. Or, nous avons constaté que le fromage qu'il fabriquait coûtait 8c. et 11c., tandis que dans les magasins de détail on le vendait 40c. et 45c. la livre, ce qui représentait un écart fort considérable entre le prix de revient et le prix de vente; or le détaillant ne réalisait qu'un bénéfice de 5c. la livre. Il y a de nombreux exemples de ce genre; il ne faut pas chercher bien loin pour les trouver.

M. THATCHER: Après avoir lu votre mémoire, ai-je raison de conclure que vous n'êtes pas encore bien sûr si cette pratique est nuisible ou avantageuse pour le consommateur en général?

M. BENGOUGH: Ce n'est pas uniforme. Nous avons déclaré aussi qu'il est impossible de séparer cette question de celle des articles sacrifiés. Il faut établir une certaine protection à cet égard, car autrement les grands magasins à rayons pourront s'en donner à cœur joie.

M. FULTON: Quelques-uns d'entre eux ont déjà manifesté leur désir de profiter de la situation.

M. THATCHER: Voulez-vous vous reporter à la page 10 de votre mémoire. Serait-il juste de dire que vous résumez votre attitude dans le troisième paragraphe:

"Les ouvriers ont appris très tôt au cours de la période industrielle que, nonobstant la loi et l'attitude de l'Etat, il leur fallait s'unir pour se protéger eux-mêmes, leurs familles et leurs intérêts. Il se peut que du point de vue des patrons une certaine coalition soit nécessaire pour leur protection, quelle que soit l'attitude de l'Etat."

Est-ce là un résumé équitable de l'attitude du Congrès à l'égard de ce problème?—R. Nous ne voyons pas d'inconvénients à l'organisation des patrons. Il leur arrive à certains endroits d'établir des prix qui sont avantageux pour les consommateurs et de faire le contraire ailleurs.

D. A votre titre de chef ouvrier, diriez-vous qu'il existe une certaine ressemblance entre la nécessité où se trouvent les petits détaillants de former une alliance pour se protéger et la nécessité d'une alliance ou d'une union entre les ouvriers à cette même fin?—R. C'est indiscutable en ce qui concerne les détaillants. Nous devons nous unir à cette fin.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. MacInnis.

M. MACINNIS: En répondant à une question vous avez dit, je crois, que vous ne vous opposeriez pas à la fixation du prix de revente si le consommateur devait en profiter. Est-ce exact? Vous avez déclaré que la fixation du prix de revente serait une excellente chose si le consommateur obtenait ainsi à meilleur compte les articles à prix fixé. Par ailleurs vous vous êtes prononcé contre la pratique de la vente à perte, mais est-ce qu'elle n'est pas à l'avantage du consommateur?

Le TÉMOIN: C'est possible, mais elle va à l'autre extrême. Il faut de la mesure en tout.

M. MACINNIS: C'est précisément où je veux en venir. Il doit y avoir de la mesure. S'il en est ainsi on ne saurait fonder de décision à ce sujet uniquement sur le fait qu'un article se vend meilleur marché ou plus cher.

Le TÉMOIN: Non.

M. MACINNIS: Il y a donc d'autres facteurs?

Le TÉMOIN: Oui, il faut tenir compte de plusieurs autres facteurs.

M. MACINNIS: C'est tout.

Le PRÉSIDENT: Y a-t-il d'autres questions? Je vous remercie beaucoup. Oh, M. Mott.

M. MOTT: Après avoir écouté vos observations je ne saurais dire exactement si vous êtes en faveur de la mesure ou contre. Cependant, j'ai lu dans les journaux de Port-Arthur que vous aviez déclaré que le Gouvernement temporisait au sujet de cette mesure.

Le TÉMOIN: Je le crois.

M. MOTT: Avez-vous fait cette déclaration, oui ou non?

Le TÉMOIN: Non, mais je suis de cet avis.

M. MOTT: Si vous êtes en faveur de la mesure législative concernant la fixation des prix de revente, alors pourquoi avez-vous déclaré que le Gouvernement temporisait?

Le TÉMOIN: Non. J'ai déclaré alors ceci: J'ai voulu dire qu'il était question que le Gouvernement présente cette mesure. J'étais heureux de voir qu'on allait faire quelque chose, mais il n'en a été rien; il a simplement institué le présent comité.

M. FULTON: Oui, il a institué ce comité, mais il ne lui communique aucun renseignement.

Le PRÉSIDENT: Nous allons lever la séance pour nous réunir de nouveau demain après-midi à 3 heures 30, alors que M. MacGregor sera notre témoin.

Le comité s'ajourne.

ANNEXE A

MÉMOIRE PRÉSENTÉ

par

Le Congrès des Métiers et du Travail du Canada

au

Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes

institué en vue d'examiner le rapport intérimaire du Comité d'étude de la législation sur les ententes, déposé sur le bureau de la Chambre des communes le vendredi 12 octobre 1951, et en vue d'étudier les modifications appropriées à la loi des enquêtes sur les coalitions, qui découlent de ce rapport.

Le Congrès des métiers et du travail du Canada prise hautement cette occasion qu'il a de communiquer à votre comité son opinion sur la possibilité de modifier la loi des enquêtes sur les coalitions de manière à rendre illégale la conclusion d'ententes relatives à la fixation des prix de revente entre les organismes de production et de distribution, ainsi que sur les avantages que le public pourrait retirer de ces modifications. En guise d'introduction au mémoire que nous présentons à votre comité, nous aimerions consigner au compte rendu ce que nous pensons de la présente loi des enquêtes sur les coalitions et nous croyons que nous ne pourrions mieux le faire qu'en répétant ici quelques paragraphes du mémoire que nous avons soumis au comité MacQuarrie, en 1950.

Nous avons dit alors.

> Notre Congrès n'a pas de critique grave à formuler à l'égard de la loi des enquêtes sur les coalitions. Cependant, nous sommes d'avis qu'il faut reconnaître que ce genre de mesure législative a une portée plutôt restreinte.
>
> Chaque fois qu'il a été question officiellement de la loi des enquêtes sur les coalitions au Congrès, depuis sa création en 1910, cette mesure a reçu un accueil assez peu enthousiaste. Au cours de la période de vie chère des années 1920, occasionnée par l'inflation d'après-guerre, les syndicats ouvriers ont mis leur espoir en tout ce qui était de nature à faire baisser les prix au niveau des salaires.
>
> Lorsqu'en 1935, on a retiré l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions au Registraire relevant du ministre du Travail pour la confier à la Commission fédérale du commerce et de l'industrie (présentement la Commission du tarif), notre Congrès n'a fait aucun commentaire.
>
> En 1937, le Congrès a exprimé son opinion quand on a de nouveau confié l'application de la loi au ministre du Travail; cette fois, cependant, on en confiait l'application à un seul commissaire. En approuvant ce changement le Congrès, dans un éditorial en date du mois de mars de cette année-là, disait ce qui suit: "Etant donné qu'une fois de plus les prix sont à la hausse, il est plus nécessaire que jamais, en vue de découvrir et d'empêcher les ententes relatives à la fixation des prix, de protéger le public contre toute augmentation artificielle des prix, alors que bien des gens trouveront les augmentations naturelles suffisamment lourdes."

Au mois d'octobre 1945 l'application de la loi est passée du ministère du Travail au ministre de la Justice. Un mois plus tard, le Commissaire aux enquêtes sur les coalitions remettait au ministre de la Justice un rapport sur "Les cartels internationaux au Canada", que le ministre déposa sur le bureau de la Chambre des communes. Dans une déclaration officielle, sous forme d'éditorial publié dans le Congress Journal au mois de décembre de la même année, le Congrès ne laissa subsister aucun doute quant à son attitude à l'égard des cartels et des lacunes de la loi des enquêtes sur les coalitions. Après avoir énuméré les nombreux moyens auxquels les organismes privés recourent pour restreindre la production et la distribution de matériaux et de denrées, sous forme d'ententes commerciales privées, comme celles qui sont indiquées dans le rapport, l'article ajoute: "Il est indiscutable que l'enquête s'est révélée fructueuse dans la mesure où on l'a effectuée, ou peut-être plutôt dans la mesure où on a permis qu'elle le soit. Cependant, pour en venir aux faits, la plupart des Canadiens aimeraient bien savoir quels sont ceux au Canada qui ont profité de cette affaire véreuse. On devrait certes l'apprendre à ceux qui ont eu à souffrir des méfaits du chômage. Ils ont certes intérêt à savoir qui a délibérément contribué à leur misère."

Plus loin cet article de rédaction ajoutait: Maintenant qu'on a confié l'application de cette loi au ministère de la Justice, les coupables seront-ils châtiés, ou s'en tiendra-t-on à la vieille méthode en vertu de laquelle on condamne à six mois de prison celui qui voyage clandestinement accroché à un wagon de marchandise tandis qu'on confère un titre à un autre qui vole tout le chemin de fer?

De l'avis de notre Congrès, on n'a pas cherché au cours des cinq dernières années à redresser l'inégalité fondamentale si bien décrite dans la phrase citée ci-dessus. Et il est facile de constater que rien d'efficace ne peut s'accomplir en ce sens au moyen de la seule loi des enquêtes sur les coalitions, car c'est en somme une mesure policière et punitive qu'on ne peut appliquer, en effet, qu'une fois le tort causé.

Notre Congrès ne prétend pas que la loi des enquêtes sur les coalitions est sans valeur. Au contraire, nous voudrions qu'on l'améliore au point où il serait possible de prendre des mesures efficaces en ce qui concerne tant les investigations que les poursuites une fois que le résultat des enquêtes est connu. Mais nous signalons de nouveau qu'à notre avis cette mesure restera toujours grandement limitée quant à ses pouvoirs de contrecarrer et d'amoindrir, encore moins de supprimer, l'influence malheureuse sur le public et le consommateur des ententes commerciales privées au sujet des marchés et des prix.

Notre Congrès croit qu'on devrait prendre des mesures de réglementation des prix plus concrètes, et en même temps recourir à des méthodes positives visant à libérer notre économie de l'influence malheureuse de ceux qui considèrent le commerce du seul point de vue égoïste des bénéfices, sans tenir compte de l'intérêt public.

Votre comité, cependant, n'a pas à s'occuper de toute la portée de la loi des enquêtes sur les coalitions, mais simplement des points traités dans le rapport intérimaire du comité MacQuarrie, à savoir, la fixation des prix de revente. Il a mission de déterminer si la pratique de la fixation des prix de revente est bonne ou mauvaise, avantageuse ou non pour le public, et quelles modifications, s'il y a lieu d'en adopter, il faudrait apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions pour enrayer efficacement ces méthodes commerciales.

Pour les fins du présent mémoire on peut donner à la fixation des prix de revente la définition figurant à la page 256, volume II, du rapport de la Commis-

sion royale d'enquête sur les prix: par fixation des prix de revente on entend l'établissement de prix fixés auxquels le détaillant doit vendre le produit au public selon qu'en a décidé le fabricant du produit.

A quel point ces pratiques sont-elles répandues? C'est la réponse à cette question qui déterminera, semble-t-il, l'importance de la présente enquête et le travail de votre comité. Le rapport intérimaire sur la fixation des prix de revente se reporte au rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix. A la page 47 du volume I voici ce que je lis:

> Durant tout le cours de notre enquête, nous avons été frappés par la façon dont les différents fabricants fixent les prix de revente de leurs produits et, partant, restreignent les limites entre lesquelles la concurrence des prix peut jouer entre grossistes et entre détaillants.

Le rapport intérimaire ajoute que le Comité a obtenu certaines estimations de sources privées mais qu'elles n'étaient pas très exactes. Puis il termine sa déclaration sur "l'étendue de la pratique" en disant que "la pratique de la fixation des prix de revente est fort répandue...(et)...prend des proportions significatives et de plus en plus grandes."

Quels qu'aient pu être les éléments d'information recueillis par le comité quant à l'étendue de la fixation des prix de revente, cet organisme n'a pas soumis à votre comité ni aux autres groupements intéressés, de preuve tangible qui aurait pu servir de fondement à un plaidoyer pour ou contre cette pratique.

Il n'était certes pas nécessaire que le Comité se montre si modeste dans son rapport intérimaire. Tous peuvent facilement se rendre compte que la fixation des prix de revente est une pratique bien courante en ce qui concerne presque toutes les sortes de produits pharmaceutiques et surtout à l'égard des cosmétiques les mieux connus. Il est bien évident que cette pratique est coutumière chez les fabricants d'automobiles, les fabricants de cigarettes et de tabac, ainsi que chez une partie des marchands de vêtements pour hommes. Sans chercher à épuiser la liste on pourrait ajouter que cette pratique englobe aussi des conserves alimentaires et d'autres produits de l'épicerie.

En un mot on peut reconnaître sans plus que la pratique de la fixation des prix de revente existe, et, peut-être, sur une échelle assez étendue. Il y a lieu de se demander ensuite si la pratique de la fixation des prix de revente est désirable ou non, si elle est dans l'intérêt public ou non.

Le rapport intérimaire cherche à répondre à cette très importante question en faisant l'appréciation des effets de la fixation des prix de revente sur deux aspects de l'activité économique générale: la concurrence et l'efficacité. Sous la rubrique "Critères de jugement" le rapport intérimaire pose deux questions: (1) Est-ce que cette pratique favorise ou entrave la concurrence? (2) Encourage-t-elle l'efficacité du système économique en fournissant au consommateur les biens et les services qu'il désire aux prix les moins élevés possible? A la page 22 du rapport intérimaire, sous la rubrique "Conclusion générale et recommandations", le Comité répond à ces questions ainsi qu'il suit: "Le Comité a étudié la fixation des prix de revente à la lumière des deux critères exposés au début, à savoir: l'opportunité d'avoir une économie libre et le besoin d'efficacité économique. La conclusion générale à laquelle le Comité a été amené à la suite de cette étude est que la fixation des prix de revente, pratiquée sur une échelle grandissante comme c'est actuellement le cas, n'est motivée ni par l'une ni par l'autre de ces normes."

Il y a lieu de noter qu'entre la page 7 du rapport intérimaire où ces "critères de jugement" sont établies et la page 22 où on y répond, comme le démontre le passage que nous avons cité ci-dessus, on rapporte et on paraphrase les divers mémoires et opinions présentés sur ce sujet au Comité, et à partir de la page 17 on donne un résumé des opinions du Comité. Dans tout ce chapitre du rapport intérimaire les seules allusions à des faits réels ou à une étude concrète de la

situation ont trait à "Une déclaration sur la fixation du prix de revente, Board of Trade, juin 1951" (déclaration faite par le président du Board of Trade du gouvernement du Royaume-Uni au Parlement en juin de cette année sur l'étendue de cette pratique en Grande-Bretagne), et à certaines analyses de la situation aux Etats-Unis faite par des particuliers. Il n'y est pas fait mention des conditions existantes ni d'un relevé de la situation au Canada.

Abstraction faite des décisions que votre comité pourra prendre relativement aux avantages ou aux désavantages de la fixation des prix de revente, il y aurait lieu d'examiner les "critères de jugement" établis par le comité MacQuarrie afin de déterminer si ce sont là des normes satisfaisantes pour apprécier les avantages ou les désavantages de la fixation des prix de revente du point de vue de l'intérêt public.

La conclusion du rapport intérimaire démontre clairement qu'un système de réglementation par une entente ou une loi privée, de l'avis du Comité, empêche le consommateur d'exercer toute son influence à l'égard de la détermination des services qu'il jugerait à propos de payer et "restreint la concurrence".

Avant d'accepter sans réserve ces conclusions d'ordre général, il vaut peut-être la peine d'examiner ce qui arrivera dans des cas d'espèces s'il se produit une modification de la loi visant à rendre illégales les méthodes de fixation des prix de revente. Prenons, par exemple, deux grands fabricants d'effets d'habillement pour hommes. L'un d'eux possède ou réglemente, ou encore possède et réglemente ses débouchés de détail. Il a donc absolument la haute main sur les prix de revente de ses produits. L'autre fabricant, qui fait directement concurrence au premier, ne possède aucun débouché de détail. Il assure cependant des services aux détaillants indépendants qui vendent ses produits et fixe lui aussi le prix de revente de ses articles. Si la méthode de fixation des prix est déclarée illégale, il semble donc assez évident que le second fabricant sera tenu de renoncer à ses méthodes actuelles. Le premier sera-t-il obligé de cesser de fixer le prix de détail de ses articles qu'il vend par la voie de ses propres magasins de détail? Si l'on répond à cette question par la négative, la nouvelle loi n'aura-t-elle pas pour effet de réduire plutôt que d'affermir la concurrence réelle dans le commerce des vêtements d'hommes?

En 1934–1935 un comité spécial du Parlement fit une étude fouillée de la question des "Ecarts de prix et des achats en grosses quantités". L'exercice de pouvoirs excessifs par des entreprises de distribution au préjudice non seulement du consommateur mais aussi du fabricant ou du fournisseur, ainsi que de ceux qui travaillaient tant pour le fournisseur que pour le distributeur, voilà la question qui, à l'époque surtout préoccupait le Parlement. Les Canadiens parlaient alors de pauvreté au sein de l'abondance. Nous sommes encore en butte à la pauvreté bien que nous gagnions un plus grand nombre de dollars que jamais. Nous sommes encore pauvres parce que les prix sont devenus astronomiques et nous sommes prêts à nous accrocher à tout ce qui nous semble de nature à favoriser la baisse des prix de détail.

Une possibilité dont le comité doit tenir compte et contre laquelle, de l'avis du Congrès, il doit se prémunir par tous les moyens, en ce qui concerne les modifications qu'on pourra proposer, c'est que le commerce de distribution passe des mains des petits marchands pour se concentrer entre celles de quelques grands établissements. On a discuté au comité MacQuarrie cette question de la concentration qui pourrait s'accentuer dans le commerce de détail à la suite de l'interdiction de la pratique de la fixation des prix de revente (voir au bas de la page 9 et au haut de la page 10 du rapport intérimaire). Le rapport intérimaire ne renferme aucune preuve concrète de nature à indiquer la véritable situation à cet égard et en l'absence de ces faits votre comité agit à l'aveugle.

Par ailleurs, les grandes sociétés de distribution semblent utiliser avec beaucoup de succès la fixation des prix de revente comme moyen de concurrence.

Les commerçants les plus importants semblent offrir des produits de leur marque en concurrence avec des denrées de réputation nationale dont le prix de revente est fixé. Cette pratique existe surtout dans le domaine des cosmétiques et des produits pharmaceutiques. Cependant, le produit d'une marque particulière que le gros distributeur offre en concurrence est assujéti, de par la nature même de l'opération, à la fixation des prix de revente.

Cela pose deux questions très importantes sur lesquelles le comité doit se pencher: (1) Cela veut-il dire que la fixation des prix de revente n'entraîne pas toujours une réduction de la concurrence? (2) L'interdiction de la fixation du prix de revente interdirait-elle au grand distributeur d'offrir ses propres marques aux prix qu'il aurait lui-même fixés? Sinon,—il est difficile de voir comment une loi de ce genre pourrait s'adapter à pareil état de choses,—il semblerait que le grand distributeur aurait acquis un immense avantage sur le fabricant, sans que le consommateur en ait, en définitive, retiré aucun avantage apparent. Une telle situation ne ferait que mettre plus de puissance économique entre les mains des grands distributeurs. Je ne puis distinguer de quelle manière la concurrence véritable ou le rendement s'en trouveraient accrus. J'ai plus de mal encore à voir en quoi cela servirait les intérêts du public.

La pratique de la fixation des prix de revente semble bien établie dans le domaine de l'automobile. Comme presque tous les Canadiens aujourd'hui ont besoin d'automobiles et d'autres produits de ce genre, il est bien évident que dans ce cas du moins, toute mesure tendant à abaisser le prix exigé du consommateur servirait l'intérêt public. Si l'on tient compte de l'écart considérable entre le coût de fabrication d'une automobile et le prix payé par le consommateur, il est incontestable qu'on peut diminuer considérablement le prix des voitures.

Cependant, votre comité à mission d'étudier la question de la fixation des prix de revente et, partant, de déterminer si l'interdiction de cette pratique dans l'industrie de l'automobile contribuerait à faire baisser le prix de ses produits au profit du consommateur. La publicité nationale que font les fabricants d'automobiles d'ordinaire expose tous les faits relatifs à leur produits à l'exception de son prix. Par ailleurs, lorsqu'on cherche à acheter une voiture neuve on constate que tous les vendeurs d'une même région demandent un prix identique. On peut sans doute varier les prix des voitures en y ajoutant plus ou moins d'accessoires.

Cependant, ce qui est encore plus important, à notre avis, que les problèmes complexes qui se poseront au service chargé de découvrir les cas de fixation de prix de revente dans l'industrie de l'automobile, si cette pratique est interdite en vertu de modifications à la loi des enquêtes sur les coalitions. Ce sont les difficultés qui pourront en résulter pour le vendeur d'automobiles. Votre comité devrait étudier un cas spécifique, par exemple, celui d'un vendeur qui, en vertu de la loi modifiée, déciderait de réduire le prix exigé du consommateur pour un certain modèle d'automobile. En conséquence le fabricant d'auto qui veut maintenir la fixation des prix de revente refuse de vendre d'autres voitures à ce détaillant sans se soucier de la loi. La marchand pourra recourir aux tribunaux en vertu de l'amendement apporté à la loi et le service des enquêtes pourra entamer des poursuites contre le fabricant. Bien qu'il soit logique de supposer que même les plus importants fabricants d'automobiles ne verraient pas d'un bon œil ces procédures judiciaires interminables et pourraient craindre qu'en se faisant traduire devant les tribunaux par le service des enquêtes, à cause de cette pratique illégale, ils perdraient la confiance du public, qu'arriverait-il au petit détaillant qui se verrait refuser la livraison de voitures? Votre comité est-il prêt à recommander que, de concert avec les modifications apportées à la loi en vue d'interdire la fixation des prix de revente, le service des enquêtes protège le commerce du vendeur d'automobiles dans les cas où elle entame des poursuites contre le fabricant?

Nous avons soulevé certains doutes à propos de ces questions, non pas parce que nous favorisons le maintien des prix de revente en tant que tels, mais parce que nous n'avons pas été favorablement impressionés par le rapport intérimaire. Ce rapport nous paraît en quelque sorte artificiel. Il expose son point de vue et ses conclusions sans invoquer de témoignages pertinents ou probants au sujet du maintien des prix de revente au Canada. Son rapport vague et quasi technique donne l'impression qu'il s'agit seulement là d'une thèse toute faite à l'appui d'une motion préconçue.

Nous avons foi en une économie libre. Nous sommes donc naturellement opposés à toutes ententes privées tendant à amoindrir ou à restreindre le jeu d'une économie libre. Par ailleurs, nous sommes des gens pratiques qui connaissent la nécessité et la valeur du marchandage dans toutes les situations économiques.

L'Etat a longtemps refusé toute protection aux ouvriers. Naguère encore on considérait toute association des ouvriers comme une conspiration et la loi traitait ainsi ces cas. Cette situation a graduellement changé à la suite des efforts persévérants de nos devanciers dans le monde ouvrier au Canada. Aujourd'hui la loi reconnaît l'association des ouvriers et établit des procédures ordonnées qui facilitent la conclusion d'accords entre les patrons et les représentants autorisés des employés.

L'historique des associations d'employeurs et l'attitude de l'Etat à l'égard de ces ententes est bien différente. On les a considérées comme préjudiciables à l'intérêt public en général, et on a adopté des lois à leur égard. Cependant, ces lois, y compris la loi des enquêtes sur les coalitions, traitent ces problèmes du point de vue négatif et les coalitions entre employeurs existent sous toutes sortes de formes et semblent continuer d'exister même après qu'on a traduit ces gens devant les tribunaux et qu'on les y a fait condamner.

Les ouvriers ont appris très tôt au cours de la période industrielle que, nonobstant la loi et l'attitude de l'Etat, il était nécessaire de s'unir pour assurer leur propre protection, celle de leur famille et de leurs intérêts. Il se peut que, du point de vue des employeurs, une certaine forme d'association soit nécessaire pour les protéger sans tenir compte de l'attitude de l'Etat. Bien que nous puissions tous être d'avis que les ententes privées comme la fixation des prix de revente, qui gênent la liberté de l'économie, la distribution des marchandises et la concurrence des prix, ne sont pas désirables, il se peut que les besoins économiques, comme peuvent en éprouver les personnes ou les associations directement en cause, rendent impérieux des accords de cette nature. Dans ces conditions il semble évident que, si l'Etat n'établit pas une forme de réglementation sociale quelconque, des groupements de particuliers et des organismes au sein de l'économie prendront toujours des mesures en vue de se protéger et d'assurer leur survivance.

Bien que votre comité puisse recommander l'interdiction de toutes les pratiques de fixation des prix de revente, et en ce faisant obtenir l'approbation des consommateurs canadiens, dont notre Congrès est heureux de représenter ici le plus fort groupe syndiqué, vous ne vous attaquerez pas quand même au principal problème et vous induirez vos commettants en erreur si vous négligez de leur dire que les prix pourraient fort bien ne pas baisser à la suite de ces modifications ou que la fixation des prix de revente pourrait continuer sous de nouvelles formes nonobstant les changements apportés à la loi.

Nous aimerions que les prix exigés des consommateurs et que le coût de la vie baissent. Nous aimerions que les fabricants et les distributeurs ne soient plus dans l'obligation de conclure des alliances privées qui tendent à maintenir les prix à un niveau trop élevé. Malheureusement, en modifiant la loi de manière à interdire ces alliances on ne supprime pas par le fait même leur nécessité.

Nous devrions tous en ce moment nous préoccuper de la protection de l'individu, consommateur ou marchand, distributeur ou fabricant, ouvrier ou patron dans une économie libre. Il ne faut pas oublier, en même temps, que ce n'est pas

en vertu d'une loi qu'est assurée la liberté de l'économie, mais à cause d'accords, d'alliances, d'organisations privées et de tout un ensemble d'éléments correctifs qui empêchent qu'un groupe ne la domine entièrement.

Il en est qui craignent la mainmise de l'Etat sur l'économie. Quels que soient les motifs de cette crainte, on doit remarquer que l'Etat s'intéresse déjà à l'économie. On a demandé à votre comité d'étudier quel nouveau rôle il peut décider d'y jouer. Le plus important, semble-t-il, ce n'est pas de savoir si l'Etat jouera un rôle dans l'économie et si, en cas ce, celle-ci pourra rester libre, mais de déterminer précisément la nature de ce rôle, de décider s'il doit être négatif, propre à semer la confusion, ou bien, au contraire, positif.

Sans aller jusqu'à proposer l'abrogation de la loi des enquêtes sur les coalitions, nous estimons que le caractère négatif de ce genre de mesure ou de pratique administrative n'aura probablement pas d'influence considérable sur les prix exigés des consommateurs et ne fournira vraisemblablement pas de moyen très efficace en vue de prévenir les alliances privées qui gênent la liberté des échanges de biens et de services dans une économie libre.

Nous estimons, d'autre part, que le comité devrait proposer des mesures positives en vue d'interdire les pratiques restrictives au sein de notre économie. Ce faisant, il devrait présenter au Parlement des propositions qui auraient pour objet une intervention immédiate en vue de lutter contre l'inflation et la hausse des prix exigés des consommateurs. Plutôt que de dire qu'un fabricant ne doit pas prendre de mesures pour protéger le prix de ses produits et, peut-être aussi son commerce, il serait beaucoup plus pratique de proposer que les rapports entre fournisseurs et distributeurs soient assujétis à une vaste réglementation d'inspiration sociale qui assurerait la protection des deux, en même temps que celle du consommateur.

Nous conseillons au comité de recommander la création d'une commission de réglementation des prix à la consommation, qui aura le pouvoir de statuer sur tous les aspects du problème de la fixation des prix de revente, de même que sur l'ensemble des prix exigés des consommateurs. Nous vous exposons ce vœu parce que, à notre avis, lui donnât-on suite, il permettrait d'aborder de façon positive l'étude du problème des pratiques économiques restrictives et, en même temps, de s'attaquer immédiatement et de façon sensée à la hausse des prix exigés des consommateurs dans tous les domaines.

Le Parlement a déjà accordé au Gouvernement le pouvoir de statuer sur les prix. Votre comité, à notre avis, devrait recommander qu'on s'abstienne de prendre une mesure négative en modifiant la loi des enquêtes sur les coalitions, mais plutôt qu'on prenne immédiatement une mesure positive en établissant une commission de réglementation des prix faits aux consommateurs, afin de libérer l'économie des pratiques restrictives en ce qui concerne les prix, qu'elles soient le résultat d'ententes ou simplement de coutumes suivies dans le commerce.

Nous espérons que notre mémoire et les vœux qu'il renferme aideront votre comité à en arriver à des conclusions dont nos membres affiliés et les Canadiens en général pourront bénéficier en ces jours pénibles d'inflation et de prix excessifs qui rendent le coût de la vie exorbitant.

Respectueusement soumis,
au nom du Conseil exécutif,

Le président,
PERCY R. BENGOUGH

Le secrétaire-trésorier général,
GORDON G. CUSHING

CONGRÈS DES MÉTIERS ET DU TRAVAIL DU CANADA

Le 19 novembre 1951
O.E.I.U.
Succursale no 225.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES
POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 8

SÉANCE DU MERCREDI 28 NOVEMBRE 1951

TÉMOIN:

F. A. McGregor, C.B.E.

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952

ORDRE DE RENVOI

MERCREDI, 28 novembre 1951

Il est ordonné que le nom de M. Blair soit substitué à celui de M. Churchill sur la liste des membres dudit comité mixte et qu'un message soit transmis à Leurs Honneurs pour les en informer.

Copie conforme.

Le greffier de la Chambre des Communes,
LÉON J. RAYMOND.

PROCÈS-VERBAL

MERCREDI 28 novembre 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes institué pour faire l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 3 heures et demie de l'après-midi. Les coprésidents, l'hon. sénateur A.-L. Beaubien et M. James Sinclair, député, sont présents. Au fauteuil, M. Sinclair.

Présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Fogo, Golding, Horner, Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, l'hon. M. Garson, MM. Harkness, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Thatcher.

Aussi présent: M. F. A. McGregor, C.B.E.

M. McGregor est appelé, entendu et interrogé.

M. Thatcher propose que le Comité s'ajourne et que M. McGregor soit rappelé le jeudi 29 novembre.

Ladite motion, mise aux voix, n'est pas adoptée.

A 5 heures et trois minutes du soir les délibérations sont interrompues par le timbre annonçant un scrutin à la Chambre des communes.

Le Comité reprend sa séance à 5 heures et demie du soir.

Le témoin se retire.

A 6 heures du soir le Comité s'ajourne jusqu'au jeudi 29 novembre à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

Le 28 novembre 1951
3 heures et demie de l'après-midi.

Le PRÉSIDENT: Je déclare la séance ouverte. M. Hees, vous voulez soulever une question de règlement?

M. HEES: Oui, monsieur le président. Hier j'ai adressé une demande au comité et j'aimerais qu'on y réponde avant de commencer les travaux de la journée.

Hier j'ai demandé qu'on prie M. le juge MacQuarrie de comparaître devant notre comité, afin qu'il puisse nous dire quels éléments de preuve l'ont porté à conclure que la fixation des prix de revente était contraire à l'intérêt public.

J'ai fait remarquer hier que le comité avait reconnu vendredi dernier que seul un exposé de chiffres comparatifs, indiquant les marges de bénéfices tant à l'égard des marchandises à prix fixé qu'à l'égard de celles dont le prix n'est pas fixé, nous permettrait de déterminer sérieusement si la fixation des prix de vente est avantageuse pour le public ou non.

J'ai également fait observer que le rapport MacQuarrie, sur lequel le Gouvernement fonde la mesure qui doit interdire la fixation des prix de revente, ne renferme aucuns chiffres comparatifs, mais n'est, de fait, qu'une discussion théorique d'un problème qui ne peut être résolu, comme le comité en a convenu vendredi, que par des données comparatives.

A mon avis, M. le juge MacQuarrie devrait comparaître devant notre comité et nous dire si son comité a obtenu des chiffres comparatifs et les a étudiés, et s'il ne l'a pas fait, comment il en est venu à la conclusion que la fixation des prix de revente est contraire à l'intérêt public.

Le PRÉSIDENT: Pour ce qui est de la convocation de témoins je crois qu'il faudrait d'abord soumettre la question au sous-comité du programme et de la procédure, étant donné les autres mémoires et observations qu'on nous a présentés ici. Le sous-comité du programme et de la procédure se réunira demain matin et je lui soumettrai alors la question. Quant à la question de savoir s'il serait convenable de demander à un juge qui préside encore une enquête de se présenter devant un autre corps pour rendre témoignage sur sa manière de diriger cette enquête, je crois qu'il vaut mieux laisser le comité se prononcer à ce sujet demain.

M. HEES: A ce sujet je ferai remarquer que, bien qu'il dirige une autre enquête, il s'agit de la même enquête, dont nous étudions présentement la partie essentielle, sur laquelle le Gouvernement a l'intention de fonder une mesure législative très importante. Après avoir lu ce rapport, j'en suis venu à la conclusion qu'il ne renferme que des considérations théoriques et je ne crois pas que les législateurs...

Le PRÉSIDENT: Vous avez invoqué le Règlement, monsieur Hees, et vous avez demandé qu'on vous permette d'établir un point au sujet de M. le juge MacQuarrie, mais il n'est pas question de prononcer un discours. J'ai dit que je demanderais au sous-comité du programme et de la procédure de se prononcer demain sur deux points: quels autres témoins nous entendrons et s'il y a lieu de faire comparaître un juge, qui dirige une autre enquête, devant un autre groupe d'enquêteurs afin qu'il lui dise de quelle manière il conduit son enquête.

M. DICKEY: J'invoque le Règlement. On a fait des déclarations au comité, comme M. Hees l'a fait en expliquant sa motion d'ordre, selon lesquelles notre comité aurait rendu une certaine décision touchant la façon de procéder à notre enquête. Quiconque se reportera au compte rendu de ces séances verra qu'effectivement vous avez déclaré, comme il convenait de le faire, que le sous-comité du programme et de la procédure déciderait cette question. C'est bien ainsi que j'ai compris la motion qu'on a faite; c'est-à-dire que le sous-comité du programme et de la procédure étudie cette question. C'est sur ce point qu'on en est resté et c'est ce qui figure au compte rendu.

Le PRÉSIDENT: Je vous remercie, monsieur Dickey. Le témoin que nous entendrons aujourd'hui est M. F. A. McGregor, ex-commissaire aux enquêtes sur les coalitions. Nous sommes très heureux que M. McGregor soit venu à si bref avis. Il n'a pas reçu d'assignation, il est venu de son plein gré, mais il m'a expliqué que faute de temps il n'a pas pu faire polycopier son mémoire assez tôt pour nous en transmettre des exemplaires à l'avance; nous espérons les obtenir au cours de l'après-midi. J'ai également décidé que, vu le grand intérêt que les membres portent à cette phase particulière de l'enquête, les membres auront l'occasion d'interroger M. McGregor les premiers et que notre avocat pourra ensuite résumer l'interrogatoire plutôt que l'ouvrir.

M. FULTON: Avant que M. McGregor commence, pourriez-vous me dire si vous avez reçu un télégramme de M. J. C. Harris, secrétaire d'un organisme désigné sous le nom de *Canadian Unity Council*. Je veux simplement savoir si vous avez reçu la dépêche.

Le PRÉSIDENT: Oui, je l'ai reçue. Il nous faudra étudier au sous-comité du programme et de la procédure la façon de disposer de la multitude de dépêches et de lettres que nous avons reçues. Il nous faudra les classer en catégories. On en accuse réception à mesure qu'on les reçoit.

M. F. A. McGregor, C.B.E., est appelé:

Le TÉMOIN: Monsieur le président et messieurs les membres du comité. Certains d'entre vous penseront peut-être que je veux imiter Pete Karpuk en entrant en scène ici comme je le fais. Je ne suis pas fabricant, ni grossiste, ni détaillant, ni même fonctionnaire de l'État. Je suis consommateur, et les consommateurs ont des droits. La seule raison que je puisse invoquer pour justifier ma présence ici, c'est qu'on m'a invité; mais vous pouvez être certains que je n'ai pas demandé qu'on inscrive mon nom sur la liste des invités. Lorsqu'on a laissé entendre il y a quelques semaines que je pourrais être appelé à témoigner devant un comité de cette nature, je me suis mis à penser aux observations que je pourrais faire. Lorsqu'on a répété cette proposition ici il y a deux semaines, j'ai commencé à rédiger quelques notes au cas où je serais appelé. Lorsque j'ai appris il y a un jour ou deux que je serais très probablement convoqué, j'ai développé davantage mes notes. J'ai apporté avec moi tout ce que j'ai écrit, mais comme je n'ai terminé cette rédaction qu'il y a à peine une heure ou deux, je vous serais reconnaissant de me permettre de lire ce texte. Ces observations ne sont pas aussi brèves que je l'aurais voulu, mais je prendrai moins de temps en les lisant que si j'essayais de couvrir le même terrain sans l'aide de mon manuscrit. Je regrette de ne pouvoir vous en fournir des copies maintenant. Cependant, si nous en recevons des exemplaires polycopiés, comme je crois que nous en recevrons sous peu, on les fera distribuer aux membres du comité afin qu'ils puissent suivre plus facilement mes observations.

On m'a prié, je présume, de me présenter devant le Comité parce que, pendant l'assez grand nombre d'années que j'ai été fonctionnaire, j'ai dû m'occuper de toutes sortes de pratiques restreignant le commerce, notamment celle qu'on appelle la fixation des prix de revente. Il pourrait être utile que je

résume en peu de mots l'expérience que m'a permis d'acquérir l'examen de ce problème et que j'ajoute quelques commentaires fondés largement sur cette expérience.

Ma première enquête importante a porté sur la fixation des prix de revente. Elle a débuté en septembre 1925, quelques jours à peine après ma nomination au poste de registraire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions. Nous avons appris alors qu'un organisme connu sous le nom de Proprietary Articles Trade Association (P.A.T.A.), qui venait d'être constitué, comprenait de 80 à 90 p. 100 des pharmaciens détaillants du Canada, presque tous les pharmaciens grossistes, et autant de fabricants de ces prétendus produits pharmaceutiques qu'on a pu amener à en faire partie. Au début, il y avait 157 fabricants. De temps à autre le nombre de membres des trois groupes s'est accru. L'objet de cette association était d'empêcher que les prix d'une liste d'articles toujours de plus en plus longue ne fussent abaissés au-dessous des prix minimums établis par chaque fabricant. Tout détaillant ou grossiste qui abaissait un prix quelconque voyait son nom figurer sur la "liste d'interdiction", ce qui voulait dire qu'il ne pouvait obtenir aucun des produits figurant au prix courant de l'association. Deux enquêtes approfondies furent faites à ce sujet, l'une par moi-même et une autre plus tard par un commissaire spécial, M. L. V. O'Connor, avocat ontarien. Nous en sommes venus à peu près aux mêmes conclusions: il s'agissait d'une coalition visant à empêcher la réduction des prix et le libre jeu de la concurrence, à l'égard des articles énumérés sur la liste, dans le commerce de gros et détail des produits pharmaceutiques. Les deux rapports furent publiés et l'association cessa son activité quelques mois après sa formation.

La suppression d'un régime de réglementation des prix mis en œuvre par les fabricants au profit des grossistes et des détaillants a causé un certain contentement; cependant, un problème se posait encore, celui de la fixation des prix de revente par tel ou tel fabricant qui exigeait qu'aucun détaillant ne vende ses produits à un prix inférieur à celui que le fabricant avait lui-même fixé. C'était encore une restriction grave à la concurrence des prix, mais il s'agissait d'un acte unilatéral, car chaque fabricant qui adoptait cette pratique ne l'appliquait qu'à ses produits. Il y avait lieu de se demander alors, comme aujourd'hui d'ailleurs, si en vertu de la loi des enquêtes sur les coalitions les tribunaux, n'étant saisis que d'une entente de ce genre entre un fabricant et ses distributeurs, y verraient une restriction injustifiable de la concurrence. D'autres fabricants, dans le même domaine commercial, pourraient agir de façon identique, mais on ne pourrait les inclure tous dans une même poursuite.

Si un seulement ou quelques-uns des fabricants dans un domaine donné recouraient à cette pratique alors qu'une foule d'autres n'y avaient pas recours, le tort fait au consommateur par cette limitation de la concurrence des prix ne serait pas énorme. Cependant, la situation devient extrêmement grave quand la pratique s'étend à presque tous ou même à un grand nombre de fabricants qui approvisionnent les commerçants, surtout s'ils constituent les sources importantes d'approvisionnement. Dans plusieurs genres de commerce l'accroissement de cette pratique ne constitue pas seulement un danger grave, c'est une réalité. Dès qu'un fabricant l'adopte, les commerçants exercent aussitôt une pression sur ses concurrents afin qu'ils fassent de même. Les marchands activeront la vente des produits des fabricants qui leur sont sympathiques et n'hésiteront pas à faire savoir aux fabricants réfractaires pourquoi ils ne cherchent pas à pousser la vente de leurs produits, et à l'occasion, pourquoi ils refusent même de les mettre en montre; c'est là une menace qu'on fait souvent et à laquelle on donne parfois suite. Telles sont les méthodes auxquelles les détaillants, agissant d'ordinaire indépendamment mais parfois de concert, peuvent recourir et qu'ils utilisent à l'occasion afin d'inciter les fabricants à leur éviter les ennuis de la concurrence des prix.

Si les marchands s'unissaient pour exercer cette pression, la loi des enquêtes sur les coalitions, dans sa forme actuelle, s'appliquerait vraisemblablement. Il faudrait encore, naturellement, recueillir les éléments de preuve, tâche particulièrement difficile si on exerce cette pression avec beaucoup de subtilité et de discrétion. Cependant, j'ai eu connaissance de beaucoup de cas où des secrets d'affaires qui avaient été cachés ont fini par être découverts ou révélés.

On pourrait résister même à une telle pression, exercée individuellement ou collectivement, et surmonter au moins partiellement ces difficultés si le fabricant adressait son appel directement au public acheteur. En suscitant la demande de la part du consommateur, il pourrait presque contraindre les marchands à mettre fin à ces inégalités de traitement. Cependant, ces efforts accroîtraient considérablement les frais de vente, et nous savons tous que ces frais retombent en définitive sur le consommateur, même le coût des initiatives visant à le persuader qu'il doit acheter une marque de marchandises plutôt qu'une autre.

J'ai mentionné la loi des enquêtes sur les coalitions, dans cet exposé, parce qu'on entend souvent dire que la loi, dans sa forme actuelle, peut suffire à réprimer toute pratique désavantageuse dont le public pourrait être victime du fait qu'un groupe de fabricants fixe et maintient les prix de revente de ses marchandises. Bien que leur décision puisse être prise indépendamment les uns des autres, et même si elle ne dépend pas d'une pression extérieure, le résultat est identique quand un grand nombre de fabricants se livrent à cette pratique, c'est-à-dire qu'on aboutit à l'élimination de la concurrence des prix entre marchands. La fin que la P.A.T.A. a cherché à atteindre dans le commerce des produits pharmaceutiques en 1925 est atteinte sur une aussi grande échelle aujourd'hui par les mesures unilatérales que prennent les fabricants. Les méthodes diffèrent, mais les résultats sont fort identiques. A mon avis, pour les raisons que j'ai fait valoir, la loi des enquêtes sur les coalitions, dans sa forme actuelle, ne suffit pas à empêcher le recours à ce procédé. Il faut la modifier. Je suis convaincu que la mesure législative proposée présentement sera avantageuse pour le public puisqu'elle permettra de combattre et de réprimer une pratique qui vise à empêcher, et qui empêche effectivement les réductions dans les prix de détail d'un nombre considérable et toujours plus grand de denrées importantes.

Je constate que je me suis presque complètement écarté de mon sujet. J'avais l'intention, après vous avoir parlé du P.A.T.A., de vous citer d'autres cas où la pratique de la fixation des prix de revente a été à l'honneur de mon temps. Au cours de plusieurs enquêtes officielles, dont on a indiqué les résultats dans des rapports publics, on a constaté que la fixation des prix de revente était un élément de quelque importance, soit d'importance primordiale dans certains cas et d'importance moindre dans d'autres. On a traité cette question longuement dans les rapports sur le tabac et le matériel d'optique. On a révélé ses effets nuisibles, ainsi que ceux d'autres pratiques restrictives, dans les rapports sur le matériel dentaire, le pain et les allumettes. Dans ces cas, cependant, il ne s'agissait que d'une pratique restrictive entre plusieurs formant un ensemble et qu'on a condamnées dans ces rapports parce qu'elles entravent indûment le commerce. Les causes dont les tribunaux ont été saisis portaient également sur une grande variété de pratiques dans chaque cas, comme les restrictions à l'importation, l'absorption des concurrents, la fixation horizontale des prix, et les tribunaux ont rendu une décision en se fondant sur l'ensemble des restrictions. Aucune de ces enquêtes, cependant, n'a révélé nettement qu'il y avait eu fixation des prix de revente de la part d'un seul fabricant, sauf dans le cas des allumettes, car dans cette industrie, l'unique fabricant était, en définitive, le seul fabricant d'allumettes de bois.

La question de la fixation des prix de revente a surgi à maintes reprises et non seulement lors des enquêtes officielles. Dans ces cas, il s'agit d'ordinaire d'une pratique à laquelle a recours un seul fabricant. Si un marchand vend à

un prix inférieur au prix minimum, le fabricant pourra soit lui refuser carrément tout nouvel approvisionnement, soit lui donner un avis, soit avoir recours à la persuasion afin d'obtenir qu'il s'en tienne à l'avenir, aux prix fixés. Ce ne sont pas les seuls moyens auxquels on peut recourir pour obtenir les résultats désirés, c'est-à-dire empêcher de nouvelles réductions de prix. Dans ces cas, cependant, la réglementation essentielle ne dépend pas d'une coalition, car elle est appliquée par l'action unilatérale d'un fournisseur particulier. En l'absence d'une défense absolue dans la loi il y a nécessairement un élément de doute quant au moment où le geste d'un fabricant devient imperceptiblement une entente collective. Étant donné cet élément de doute et le fait que beaucoup d'autres se livrent à cette pratique, quelques fabricants en sont venus à la conclusion qu'il y avait peu de risque à procéder de la sorte et ainsi la pratique de la fixation des prix de revente s'est généralisée.

Il y a lieu de s'inquiéter de la généralisation de ce procédé au cours des quelques dernières années. S'il se poursuit, nous verrons d'ici peu la taxation des prix par le fabricant devenir la règle dans le commerce de la distribution, la concurrence, du point de vue prix, devenant l'exception, du moins en ce qui concerne les marchandises portant une marque connue. De fait, dans certains commerces, la pratique s'est généralisée à tel point qu'on ne peut pas réduire le prix de presque tous ces produits sans l'autorisation du fabricant. La mise au point d'un tel régime peut indiquer que les marchands et fabricants sont très entreprenants, mais on ne saurait parler de la "libre entreprise" au sens qu'on donne habituellement à ces termes. On ne peut pas dire non plus qu'une telle pratique soit vraiment de mise dans un régime de concurrence, en lequel le Parlement a reconnu un élément fondamental de notre économie. Le droit incontestable qu'a le public à la sauvegarde que constitue la concurrence des prix se trouve supplanté, dans cette mesure et sur une superficie de plus en plus grande, par le droit assez douteux qui appartient aux fabricants et marchands d'empêcher la concurrence des prix dans la vente, en gros et au détail, de leurs produits particuliers Lorsqu'on supprime l'élément capital que constitue la concurrence des prix, dans un régime concurrentiel, ce qui reste n'est plus un régime concurrentiel du tout, mais un régime de réglementation des prix, la réglementation étant le fait des fabricants. Dans le cas du maintien des prix de revente, il s'agit d'une réglementation de la part des fabricants, à laquelle adhèrent volontiers, quand ils ne la demandent pas instamment la plupart des marchands, dont elle sert surtout à protéger les intérêts. Le petit nombre de marchands qui préféreraient conserver leur indépendance et déterminer eux-mêmes leurs prix de vente n'ont pas d'autre ressource que le conformisme.

Je ne peux comprendre la logique de ceux qui disent: "Mais la fixation des prix de vente n'empêchent pas les fabricants de se concurrencer les uns les autres et de fait c'est ce qu'ils font puisque les prix qu'ils exigent des commerçants ne sont pas uniformes." D'après ce que je sais de ces pratiques je reconnais qu'il y a concurrence des prix. Cependant, la concurrence des prix entre fabricants est gravement entravée par la fixation des prix de revente. Il suffit de noter combien fréquemment les fabricants de produits semblables fixent des prix de détail identiques ou fort semblables, même quand leurs prix de vente au commerce diffèrent sensiblement, pour se rendre compte que la protection du consommateur au moyen d'une concurrence active dans les prix de détail, les prix exigés du consommateur, est fortement compromise. Mais comment peut-on justifier la fixation des prix entre commerçants en alléguant tout bonnement que les fabricants des produits n'établissent pas des prix identiques? Pourvu, soutient-on, que la concurrence des prix joue à un échelon il n'est pas nécessaire de l'exiger à tous les échelons. Je n'ai aucun doute, de fait je sais, que les plus forts tenants de la fixation des prix de revente prétendent croire fermement au régime de la concurrence. Cependant, il s'agit de "concurrence pour les autres mais non pour soi". Il est fort souhaitable, disent-ils, que leurs fournisseurs puissent se concurrencer

librement en matière de prix et puissent réduire les prix exigés des marchands sans consulter leurs concurrents. Cependant, en ce qui nous concerne, ajoutent-ils, les conditions particulières dans lesquelles nous fonctionnons rendraient la vie intolérable, le commerce instable, la faillite certaine, si les marchands étaient libres de vendre aux prix de leur choix et se mettaient à baisser les prix. Incidemment, "le rabais des prix" est l'expression employée dans le commerce pour décrire les réductions de prix, tout comme on désigne sous le nom de "concurrence acharnée" toute concurrence sous forme de réductions de prix. Pour décrire les efforts tentés en vue d'empêcher les réductions de prix on a recours à des euphémismes comme "la stabilisation des prix", "la vente ordonnée", "principes moraux de la vente", et je pourrais ajouter, "la fixation du prix de revente".

L'attitude dont je viens de parler,—la concurrence est une bonne chose pour les autres,—est fréquemment celle de l'homme qui proclame le plus hautement sa foi dans la libre entreprise et le régime de la concurrence. J'ai souvent entendu ces gens dire qu'ils approuvent entièrement le principe de la concurrence, mais "Bien entendu", ajoutent-ils, "il faut la maintenir dans des limites raisonnables, surtout dans une industrie comme la nôtre. La situation y est bien particulière, car si la pratique du rabais des prix devait s'implanter dans notre sphère nous serions tous ruinés, les usines fermeraient leurs portes, le chômage y sévirait sur une grande échelle et tout le pays en souffrirait". On est porté à se demander combien il y a d'industries "particulières" au Canada.

Comme les frais de distribution représentent une partie considérable du dollar du consommateur (au moins la moitié du dollar payé par le consommateur dans le cas de certains articles et beaucoup plus pour d'autres) il est d'autant plus important de ne pas supprimer les contrôles normaux à l'égard des marges et des prix des marchands. Si la concurrence contribue efficacement à maintenir bas les prix exigés des détaillants par les fabricants, pourquoi ne contribuerait-elle pas également à réduire les prix que les détaillants exigent des consommateurs? Si tous les marchands dans un commerce quelconque s'engageaient par un accord horizontal à ne pas vendre une partie importante de leurs marchandises en bas d'un certain prix, on considérerait ce geste comme une atteinte injustifiée à la concurrence et les dispositions de la loi s'appliqueraient à ce cas. Pourquoi la loi ne s'appliquerait-elle pas également aux ententes verticales qui aboutissent au même résultat, soit à la fixation de prix de détail irréductibles? Pourquoi l'un ou l'autre de ces genres de contrôle priverait-il le consommateur de son droit à des prix de concurrence? Pourquoi les marges des détaillants ne seraient-elles pas soumises au jeu de la concurrence des prix?

Il n'est pas nécessaire que je vous parle longuement du coût élevé de la distribution. Les commerçants savent combien il est élevé, mais les ménagères sont beaucoup moins au courant de ce qu'elle leur coûte. J'ai sous la main un numéro récent d'une publication de la National Drug & Chemical Company. Elle demande aux détaillants de vendre des produits portant la marque de commerce "National". J'y relève, sous la rubrique "Des bénéfices de 40 p. 100 pour vous", le passage suivant:

> "Conformément à notre programme établi de longue date, qui consiste à aider les pharmaciens de toutes les manières possibles à faire face aux variations de la situation commerciale, nous sommes heureux d'annoncer à l'égard des prix, une nouvelle ligne de conduite qui permettra aux détaillants de réaliser des bénéfices minima de 40 p. 100, et dans bien des cas des bénéfices atteignant jusqu'à 54 p. 100 sur les ventes. Ce nouveau programme en ce qui concerne les bénéfices s'applique aux remèdes familiaux et aux spécialités pharmaceutiques "National", et tous les pharmaciens d'un océan à l'autre peuvent en profiter."

M. Fulton:

D. Où cette brochurette est-elle publiée?—R. Elle est publiée par la National Drug & Chemical Company. C'est une publication de cette société.

D. Où est situé son siège social?

Le PRÉSIDENT: Est-ce au Canada ou aux États-Unis?

Le TÉMOIN: C'est une maison canadienne. J'ai toujours pensé que son siège social était à Ottawa.

M. HARRISON: Ce pourcentage a-t-il trait au coût ou au prix de vente?

Le TÉMOIN: Au prix de vente.

"Ce n'est pas tout", comme l'annonce le fait voir, car elle indique ce que sont les "plus"—Plus 1, Plus 2 et Plus 3. Plus 1 se lit comme suit:

"RABAIS SUR LES COMMANDES DE GROUPE L'ANNÉE DURANT"

ainsi qu'il suit:

Sur une commande de $10 d'articles variés; rabais additionnel de 3 p. 100.
Sur une commande de $20 d'articles variés; rabais additionnel de 5 p. 100.
Sur une commande de $50 d'articles variés; rabais additionnel de 7½ p. 100.
Sur une commande de $100 d'articles variés; rabais additionnel de 10 p. 100.

Plus 2 offre d'autres avantages,—soit des marchandises gratis, 13 à la douzaine si on achète un assortiment de $20. Plus 3, à la page suivante, offre d'autres articles gratis, et indique plusieurs articles où les prix exigés du consommateur sont légèrement inférieurs ou légèrement supérieurs au double du prix payé par le détaillant. Le premier article sur la liste est un sirop contre la toux pour bébé, qui coûte 21c. au détaillant et 40c. au consommateur. Le premier article de la deuxième liste est un médicament sous forme de capsules renfermant du foie et du fer, produit qui coûte 98c. au détaillant et $2 au consommateur.

A mon avis, il ne faudrait pas prendre ces chiffres isolément. Je les présente simplement à titre d'exemple d'un appel qu'un fabricant a fait aux commerçants. On me dit que ces profits représentent ceux qu'on réalise généralement sur les médicaments brevetés et les produits pharmaceutiques. Lorsqu'un producteur fait de telles concessions pour engager les détaillants à tenir ses produits, il faut penser que d'autres producteurs subissent une forte tentation d'offrir d'aussi bonnes marges de bénéfice sinon de meilleures. Il pourrait fort bien en résulter une autre sorte de concurrence, celle qui tient les prix élevés, soit la concurrence entre producteurs pour conserver la clientèle de détaillants au moyen de bénéfices de plus en plus alléchants.

La réclame que voici indique aussi que les gros commerçants paient beaucoup moins cher que les petits. L'achat pour un montant de $10 comporte une prime à la quantité de 3 p. 100, tandis qu'une commande d'au moins $100 jouit d'une remise de 10 p. 100. Or, le prix de vente "proposé" est le même dans les deux cas. Sous le régime de la fixation des prix de revente, le consommateur n'obtient aucune réduction, quelle que soit la quantité qu'il achète.

On a proposé de n'interdire les ententes fixant les prix de revente que lorsque la majoration est excessive. Il ne devrait pas être nécessaire de débattre pareille proposition au Comité. Mais vu qu'on l'a formulée sérieurement, je voudrais en dire quelques mots. Rien, à mon avis, ne contribuerait davantage à entraver l'application de la loi que le recours à une telle distinction. Les frais de vente diffèrent si considérablement avec chaque article,—chaque produit diffère sur ce point d'avec son voisin,—qu'il devient impossible d'établir quels bénéfices devrait raisonnablement rapporter la vente d'un groupe quelconque d'articles.

Qui pourrait s'y risquer? Il arrive même qu'un produit donné coûte plus cher à vendre à tel moment qu'à tel autre. Les frais de vente du commerçant le plus compétent sont assurément moins élevés que ceux du moins compétent. La marchandise qui s'enlève rapidement coûte moins cher à vendre que celle qui dort sur les tablettes, la marchandise empaquetée moins cher que la marchandise en vrac, la marchandise très annoncée moins cher que la peu connue, les denrées impérissables moins cher que les périssables. Tel magasin coûte moins cher à exploiter que tel autre; il suffit pour s'en rendre compte de comparer le magasin du coin avec celui de la ville, le magasin à succursales avec le magasin indépendant, le magasin spécialisé avec le magasin général, le magasin où des commis servent le client avec celui où le client se sert lui-même, le magasin qui fait crédit et livraison avec celui qui vend au comptant et sans service de livraison. Et la liste des différences est loin d'être complète. Personne ne peut établir le prix raisonnable de tel article pour tous les magasins, ni la marge raisonnable de bénéfice pour tous les marchands. Les frais de vente ne sont pas partout les mêmes et aucun système de prix ou de bénéfices minimums ne saurait empêcher les différents frais de vente d'influer sur les prix.

Si pareil critère devait servir à déterminer ce qui est autorisé par la loi et ce qui ne l'est pas, il faudrait mobiliser les services d'une armée de statisticiens et de comptables qui colligeraient et analyseraient prix de revient, prix de vente et marges de bénéfice. L'organisme deviendrait sous certains rapports un office gouvernemental de fixation des prix et de réglementation qui, effectivement autoriserait toutes les marges de bénéfice et tous les prix qu'il ne pourrait déclarer non raisonnables.

Les tribunaux canadiens n'ont jamais eu recours à pareil critère lorsqu'ils ont été saisis de causes de coalitions qui atténuaient la concurrence. Ils se sont rendu compte de l'impossibilité de déterminer quels prix sont raisonnables et quels sont ceux qui ne le sont pas; en plus d'une occasion ils ont suivi, en l'approuvant, une décision fréquemment citée portant qu'un "prix jugé raisonnable tel jour peut, par suite de changements économiques et commerciaux, devenir un prix déraisonnable le lendemain". Voici un extrait typique d'une décision judiciaire canadienne:

> "Le devoir d'examiner et de réglementer les prix qui peuvent varier du jour au lendemain ne devrait pas appartenir au tribunal; le tribunal devrait plutôt s'enquérir de la nature réelle de l'entente en vue de constater si elle nuit au libre exercice du commerce . . ."

Le Comité MacQuarrie a montré, semble-t-il, beaucoup de prudence en ne se laissant pas enliser par la statistique. Il s'en est tenu aux buts essentiels que les adhérents au régime de la fixation des prix cherchent à atteindre. Il a suivi le principe établi par un juriste canadien, dans une autre cause portant sur les coalitions:

> "Il ne faut pas . . . juger le régime d'après ses conséquences accidentelles mais selon la tendance qu'il manifeste; il ne faut pas le juger sur les bénéfices excessifs qu'il a pu réaliser ou sur l'absence de bénéfices, simple accident en somme, mais sur le but essentiel que les défendeurs ont voulu atteindre. Or, ils ont voulu empêcher ou atténuer la concurrence."

Le PRÉSIDENT: Nous venons de recevoir les mémoires. Préférez-vous suivre M. Gregor point par point?

M. THATCHER: Monsieur le président, pourquoi ne lirait-on pas le mémoire?

Le PRÉSIDENT: L'expérience des comités m'a depuis longtemps appris que certains membres lisent plus rapidement que d'autres, et que la lecture finie, ils feuillettent bruyamment leur exemplaire et parlent à leurs collègues; vous-même, monsieur Thatcher, vous n'avez pas la langue dans la poche lorsque vous avez terminé votre lecture. Il appartient au comité de décider si le mémoire doit être distribué à l'instant.

M. FULTON: Pour quel motif vous y opposeriez-vous?

Le PRÉSIDENT: Je m'en remets à la décision du comité; à lui de se prononcer.

M. MACINNIS: Ne pourrions-nous pas laisser à chaque membre le soin d'obtenir, s'il le juge à propos, son exemplaire du secrétaire?

Le PRÉSIDENT: L'inconvénient c'est qu'en suivant l'exposé du mémoire, vous allez feuilleter les pages de votre exemplaire et engager des conversations; or M. McGregor n'a pas la voix forte.

M. HEES: Nous devons être de grands garçons.

M. CROLL: Mais des garçons; c'est ce qu'il dit.

M. HEES: Il y a longtemps qu'on ne m'appelle plus garçon.

M. FULTON: Augmentons la compétence des instituteurs.

M. THATCHER: Ne transformons pas nos délibérations en comédie. Vous avez la majorité; faites comme il vous plaira.

M. FULTON: C'est la première fois qu'un témoin donne lecture de son mémoire.

Le PRÉSIDENT: Mais le témoin a été appelé à très bref préavis et sans assignation. Tous les autres groupes nous ont soumis leurs mémoires. M. McGregor a consenti à se présenter sans assignation et à très court préavis, et personne, que je sache, ne s'oppose à ce qu'il donne lecture de son mémoire. Continuez, monsieur McGregor.

Le TÉMOIN: Je regrette de n'avoir pu faire polycopier des exemplaires du mémoire; j'en ai terminé la préparation vers deux heures et quart, et je n'en ai pas eu le temps.

Le PRÉSIDENT: Je désire, au nom du comité, remercier M. McGregor de s'être présenté à si bref préavis afin de nous aider.

M. THATCHER: Si le président avait fait son devoir, il vous aurait appelé pour demain, plutôt que pour aujourd'hui.

M. BEAUDRY: Cette remarque est déplacée.

Le PRÉSIDENT: Elle est totalement injustifiée. M. Thatcher sait que nous avons une liste de témoins pour demain. La remarque porte bien le cachet de la plupart de celles que se permet M. Thatcher.

Le TÉMOIN: Je m'excuse de n'avoir pas parlé assez fort pour me faire entendre dans toute la salle. On a dit que j'avais la voix faible; je proteste là-contre, car ma voix n'est pas faible.

M. FULTON: La mise au point est excellente, monsieur le président.

Le TÉMOIN: Dans les enquêtes faites sous le régime de la loi sur les coalitions, le principe directeur a été le même. Il ne faudrait pas conclure que les données statistiques aient été mises de côté; mais elles n'ont pas dominé notre façon de voir ni posé des limites trop sérieuses à l'examen des principes vitaux qui se trouvaient en cause. Les conclusions qui se fondent d'abord sur la statistique m'inspirent, je le confesse, peu confiance. Rares sont les comptables représentant des clients dont les points de vue divergent qui réussissent à s'entendre sur la signification réelle de telle série compliquée de chiffres. Toute mesure imposant comme critère essentiel le niveau raisonnable des prix de revient, des prix de vente, des bénéfices commerciaux ou des profits ouvrirait certainement la voie à la réglementation générale des prix par l'État, ce qui équivaut parfois à la réglementation par les fonctionnaires et constitue, au point de vue protection du public, un bien piètre substitut au régime de la concurrence des prix.

Je devrais sans doute baisser un peu le ton, car il semble que je martèle mes mots plus que je n'en ai l'intention; ils paraissent plus belliqueux que je ne le suis.

M. HEES: Continuez de marteler.

Le TÉMOIN: Vu que le comité peut songer à entreprendre une comparaison élaborée des prix de revient, des prix de vente et marges de bénéfice entre telles ou telles conditions données, j'ai couché quelques notes qui peuvent avoir leur importance. Je dirai, en manière de préface, que toute étude complète de cette nature,—et je présume qu'il faudrait en confier le soin à des comptables compétents,—prendrait des mois ou même un an. J'en conteste d'ailleurs l'utilité, car en définitive elle n'aiderait que peu, si tant est qu'elle y aide, à tirer les conclusions qui conviennent: au terme de l'année, les données statistiques peuvent avoir changé complètement.

Certains tenants de la fixation des prix de revente disent qu'on peut en mesurer les effets, du point de vue du consommateur, par la comparaison de la marge de bénéfice que le détaillant prend sur les marchandises soumises au régime de la fixation des prix avec celle qu'il s'assure sur les mêmes produits échappant à la fixation des prix. Cette comparaison, à mon avis, ne contribuerait en rien à établir l'effet de la fixation des prix sur le prix que paie effectivement le consommateur, ce qui est l'essence même du problème. Si le produit est soumis au régime de la fixation des prix, le consommateur cherche à savoir s'il le paierait moins cher ou plus cher, dans l'éventualité où le prix de détail ne serait pas régi. Le but même de la fixation des prix étant d'empêcher les ventes au-dessous du prix minimum établi, il est évident que son effet est de maintenir les prix, en général, plus élevés qu'ils ne le seraient autrement. La marge de bénéfice plus ou moins grande, que le détaillant peut obtenir à l'égard de quelque autre article qui échappe à la fixation des prix n'a aucun rapport que ce soit avec le prix réel que le consommateur doit payer pour l'article à prix fixé. En fait, le régime de la fixation des prix de revente peut entraîner des majorations plus fortes en ce qui concerne les produits qui échappent à la fixation; c'est ce qui arrive lorsque la vente en est faite sous la protection qui leur vient du prix supérieur auquel se vend un produit à prix fixé et soutenu par une forte réclame. Lorsque l'aspirine se vend 79c. le cent, il devient impossible d'offrir à meilleur compte les autres comprimés d'acide acétylsalicylique, mais non à aussi bon compte que si toutes les aspirines et autres comprimés soumis à la fixation des prix étaient abandonnés à une concurrence active des prix.

Il faut encore se rappeler que le bénéfice du détaillant n'est pas le seul élément qui influe sur les prix des produits soumis au régime de la fixation des prix. Il faut ajouter les frais de vente du grossiste et du manufacturier, et tous les autres profits qui se succèdent. Si le fabricant d'un produit soumis à la fixation des prix lance un coûteux programme de vente ou de réclame et se charge ainsi de quelques-unes des fonctions du distributeur, il se peut que la marge de bénéfice du détaillant devienne plus mince, mais le prix que le consommateur sera appelé à payer devra compenser toutes ces dépenses. D'autre part, si le détaillant se charge de la réclame pour un certain produit, il lui faudra naturellement une marge de bénéfice plus forte car il lui faut porter tous les frais de distribution; mais le prix réel demandé au consommateur pour l'article peut être bien inférieur à celui du produit soutenu par une forte réclame.

Le seul moyen sérieux de mesurer l'effet de la fixation des prix de revente sur les prix de détail serait de comparer, dans les mêmes conditions de distribution, les prix du même produit lorsque les prix sont fixés et lorsqu'ils ne le sont pas. Il est malheureusement impossible d'y arriver au Canada, car le régime de la fixation des prix de revente s'est généralisé dans le pays pour la plupart des produits soumis à la fixation. Étant donné que quelques États américains n'ont pas adopté de lois sur l'équité commerciale, on a pu, dans ce

pays, effectuer certaines comparaisons de portée restreinte. Ces comparaisons établissent que la fixation des prix de revente empêchent vraiment les réductions de prix. On pourrait apporter des exemples très probants à l'appui de cette assertion.

Je suis parfaitement convaincu que la concurrence active des prix régularise beaucoup plus efficacement les prix que n'importe quelle régie gouvernementale directe. Je parle, il va sans dire, de conditions normales et non de périodes de crise nationale. Il faut aussi que la concurrence soit *active*, qu'on la fasse fonctionner. Si les industriels et les commerçants entravent son activité, et si l'État ne peut les empêcher de l'entraver, nous devrons pour la plupart placer notre confiance dans quelque autre mode de contrôle. Je reste convaincu que la concurrence des prix est ce qui peut le mieux régir la plupart des prix au Canada. La règle souffre des exceptions, mais on a beaucoup fait pour restaurer la concurrence là où on l'a supprimée, et pour empêcher qu'on la supprime ailleurs.

Je me suis souvent demandé pourquoi les hommes d'affaires qui tiennent tant au régime de la concurrence ne considèrent pas plus souvent la loi sur les coalitions comme un de leurs meilleurs atouts lorsqu'il s'agit de défendre ce régime. Ils doivent se rendre compte que toute entente en vue de fixer les prix et tout pas fait dans le sens de la réglementation à laquelle donne lieu le maintien des prix de revente ébranlent d'autant la confiance que le public met dans le régime de la concurrence elle-même. Si ces entraves prenaient suffisamment d'ampleur pour que la règlementation des prix de la part des commerçants devienne la règle générale et la concurrence l'exception, si le régime de la concurrence des prix devenait impossible à appliquer, l'opinion publique exigerait certainement de l'État qu'il règlemente directement des prix. Il existe trois grands moyens de réglementer les prix: la concurrence, l'intervention de l'État et la régie commerciale. Le plus important, celui qui protège le mieux l'intérêt public, c'est la concurrence. Mais il faut que la concurrence soit active, qu'elle ne cesse pas de fonctionner. Pour garder à la concurrence sa liberté, il faut y veiller sans cesse. Le même degré de vigilance s'est imposé, alors que fonctionnait la Commission des prix et du commerce en temps de guerre, pour empêcher les prix de faire sauter le plafond établi. Ce genre de réglementation a rendu nécessaires plusieurs centaines de poursuites judiciaires par mois et la vigilance constante de plusieurs centaines de fonctionnaires. La concurrence fonctionnant automatiquement ou d'elle-même, on peut se dispenser d'un organisme aussi élaboré pour en assurer le fonctionnement.

Je devrais sans doute ajouter qu'en temps de guerre, lorsque la marchandise se fait rare, la régie directe des prix devient une meilleure méthode que la concurrence. Si la concurrence avait les coudées franches, les acheteurs feraient course sur les produits rares et les prix monteraient en flèche. La marchandise irait à qui pourrait payer des prix exorbitants.

Au cours des enquêtes que nous avons nous-mêmes tenues relativement à la fixation des prix, plusieurs considérations m'ont fortement frappé; je vous les transmets pour ce qu'elles valent.

D'abord, le régime de la fixation des prix de revente tend évidemment à empêcher et de fait empêche la réduction des prix de détail. Non pas des prix de tous les produits, mais de tous ceux qui se trouvent assujétis à cette sorte de règlementation. L'expression elle-même qui décrit ce régime, "fixation des prix de revente", révèle la fin qu'il poursuit: maintenir les prix de détail, pour les empêcher non pas de monter, mais de baisser. Tel est le but visé; tel est le résultat obtenu.

Nous savons tous, du moins nos épouses le savent, que le même produit se vend beaucoup moins cher dans certains magasins que dans certains autres. Cela indique que joue la concurrence des prix. Le marchand peut vendre meilleur marché, s'il le désire. Les épiciers ne sont pas tous tenus de faire les coupes que se

permettent des rivaux dont les frais administratifs sont moins élevés. Plusieurs assurent des services: livraison et crédit, commis, commandes téléphoniques, attention personnelle, dont plusieurs clients sont disposés à payer la note. Ceux qui n'ont pas ces services et réalisent de ce chef des économies ne sont pas tenus de faire payer des services qu'ils ne fournissent point. D'autre part, les acheteurs qui préfèrent se passer de ces services ne sont pas obligés d'acquitter la note de services qu'ils n'ont pas reçus. L'épicier détaillant peut, s'il le veut, faire bénéficier ses clients d'une partie des économies qu'il réalise dans sa méthode de distribution. Or l'épicier détaillant jouit de cette faculté, et son client obtient certains prix d'aubaine, parce que dans ce domaine particulier du commerce de détail le régime de la fixation des prix n'a eu jusqu'ici que très peu d'emprise.

Rares ont été les articles d'épicerie,—beaucoup moins que 5 p. 100 de mon temps,—qui se trouvaient assujétis à cette sorte de réglementation des prix, et pour la plupart n'étaient pas des produits alimentaires. La liste comprenait la cire à parquet, le cirage à chaussure et d'autres accessoires de ménage que vendent les épiceries. Même alors la situation était déconcertante pour ne pas dire plus, vu les efforts que l'on tentait pour en allonger la liste. C'est devenu vraiment renversant de constater, sur la foi des déclarations du représentant de la Fédération du commerce de détail (elles paraissent à la page 262 du compte rendu de vos délibérations), que la proportion s'est élevée au point d'atteindre "peut-être environ 15 p. 100". Et cette proportion vise les produits alimentaires exclusivement, sans tenir compte des "produits secondaires". En d'autres termes et si la déclaration est exacte, l'épicier est contraint de ne pas baisser les prix sur 15 p. 100 des produits alimentaires qu'il vend. Si, il y a quelques années, notre estimation de moins de 5 p. 100 de tous les articles d'épicerie était juste, il faudrait conclure que le nombre des produits assujétis à la fixation des prix dans le même domaine s'est énormément accru. Que la proportion s'établisse à moins de 5 p. 100 ou à autant que 15 p. 100, il reste encore que la concurrence des prix joue pour 85 à 95 p. 100 des articles d'épicerie.

Rapprochez cette situation de celle qui se constate dans le commerce des produits pharmaceutiques à l'échelle du détail. On nous a dit que dans ce domaine la proportion des articles assujétis à la fixation des prix s'établit à environ 60 p.100 Les témoignages que j'ai lus l'autre jour indiquent qu'il s'agit de 60 p. 100 de toutes les ventes faites par les pharmacies, y compris celles du service des ordonnances et celles des comptoirs pour glaces et rafraîchissements. Si l'estimation est exacte, il faut conclure que la proportion, pour les médicaments brevetés et les articles de toilette dont le prix ne peut être réduit, dépasse de beaucoup 60 p. 100. Dans les pharmacies, le prix des produits assujétis à la fixation des prix est partout identique, et vous chercheriez vainement quelque prix inférieur à différents endroits. Ces détaillants n'ont pas la faculté de vendre quoi que ce soit de la liste pour moins que le prix de détail qui leur a été imposé. S'ils coupent les prix ils s'exposent à une sanction de la part du fabricant qui a établi le prix de revente de ses produits; et la sanction consiste à ne plus lui vendre ces produits. Dans ce domaine, le régime de la fixation des prix est florissant. Ici, la concurrence des prix entre commerçants, en ce qui concerne les produits de marque, a été éliminée.

Il existe d'autres domaines où la fixation des prix de revente s'affirme avec plus ou moins de vigueur. Ce qui devient alarmant, c'est que la tendance à fixer les prix est à la hausse. Là où on l'a inaugurée, le nombre des fabricants qui acceptent ou subissent cette fixation des prix s'accroît sans cesse. Il va de soi que maints détaillants aussi l'acceptent, s'en font même les protagonistes—et avec quelle énergie!—parce que le régime fait disparaître tout grave danger d'une réduction des prix qui les contraindrait à baisser les leurs. Le régime garantit leurs bénéfices commerciaux.

Autre fait déconcertant, c'est la façon dont la pratique s'est répandue dans l'industrie et le commerce. Les produits pharmaceutiques ne sont pas les seuls

atteints, loin de là. Il suffit, pour s'en rendre compte, de songer seulement aux cigarettes, aux appareils électriques, à maints articles de ferronnerie, aux chemises pour hommes et autres vêtements, aux articles d'optique, aux allumettes. Cependant, un autre produit figure sur la liste; ce devrait être le dernier à être assujéti de cette façon à la fixation des prix: le pain. C'est déjà grave quand, par exemple, les prix de détail d'articles de toilette et de médicaments brevetés, de cigarettes et de fers à repasser électriques, même de grille pain électriques ne peuvent être réduits que si le fabricant le veut bien; c'est déjà grave si le public se voit supprimer son droit aux avantages qu'il attend de la concurrence des prix de détail en ce qui concerne un si grand nombre de produits, dans tant de directions même par l'intervention même quand cela est le fait d'une intervention unilatérale de la part de chaque fabricant en ce qui a trait aux produits qui portent sa marque de fabrique. Tout cela est gravé, très grave même. Mais lorsqu'il s'agit d'empêcher les détaillants d'apporter la moindre réduction au prix du pain, c'est sûrement la limite.

J'aurais pu souligner davantage ces considérations en élevant la voix.

M. FULTON: Ce n'était pas nécessaire.

Le TÉMOIN: Partout où existe la fixation des prix de revente, bien des détaillants, dont la véritable mission serait d'acheter pour la collectivité, deviennent vendeurs pour le compte du fabricant. Peu leur chaut si le producteur hausse ses prix, puisqu'ils reçoivent un pourcentage fixe; en effet, à toute majoration dans les prix à l'usine correspond presque automatiquement une majoration dans les prix de revente. Le pourcentage n'augmente pas, mais leur marge de bénéfices exprimée en numéraire s'accroît. Le régime modifie les relations entre fabricants et vendeurs; le vendeur sacrifie son indépendance, il se fait l'employé à gages du fabricant ou, pour changer d'expression, le pipe-line qui charrie la marchandise de la source d'approvisionnement jusqu'à la consommation.

Les marchands prétendent que même s'ils ne peuvent pas réduire les prix, la concurrence reste toujours active puisque chacun s'efforce d'augmenter ses ventes. Ils ne négligent aucun moyen, disent-ils, pour attirer les clients chez eux. C'est parfaitement le cas, nous en convenons tous. Mais lorsqu'ils éliminent la concurrence des *prix*, ils font disparaître l'élément vital de la concurrence réelle. Rien ne les incite à réduire les prix de vente parce que leurs concurrents sont liés par les mêmes restrictions. Dans l'impuissance de faire la concurrence des prix, ils sollicitent la clientèle par d'autres moyens; devantures de magasins élaborées, intérieurs luisants et bien éclairés, miroirs, tapis(les épiceries n'en ont pas encore!), commis supplémentaires, forte réclame, crédits généreux, livraisons spéciales et autres services additionnels. Ce n'est pas que nous condamnions la plupart ou quelques-unes de ces pratiques. Le consommateur prise cela; puisque les prix sont identiques dans tous les établissements le consommateur préférera le magasin chic à la boutique moins attrayante. Il faut absolument que le propriétaire du magasin moins attrayant fasse autant que son voisin s'il tient à rester en affaires. Mais tous ces moyens pour attirer le client coûtent cher. La concurrence qui ne porte pas sur les prix ajoute aux frais d'administration et influe finalement sur les prix. Nombreux sont les consommateurs qui ne comprennent pas que tous ces frais additionnels doivent être acquittés, et que ce sont eux, qui, en dernière analyse, doivent en payer la note. S'ils pouvaient opter entre, d'une part, des magasins élégants à prix élevés et, d'autre part, des magasins plus modestes à prix moins élevés, bon nombre d'entre eux—d'entre nous—choisiraient ces derniers. Or, le régime de la fixation des prix supprime ce choix. Les marchands n'ont pas la faculté de leur laisser pareille alternative. Une concurrence comme celle-là, qui hausse les prix de revient et les prix de vente, ne peut guère remplacer la concurrence des prix, qui diminue les prix de revient et les prix de vente.

On devrait limiter mon temps de parole, car si je pouvais poursuivre indéfiniment j'exposerais comment le régime de la fixation des prix contribue à multiplier les débits commerciaux. La garantie d'un certain bénéfice est de nature évidemment à attirer vers les lignes assujéties à la fixation des prix beaucoup plus de marchands que n'en requiert la collectivité desservie, et maintient dans les affaires beaucoup plus de débits qu'il n'en faut. Elle porte les magasins à ajouter aux marchandises qui échappent à la fixation des prix des marchandises qui y sont assujéties. Jetez les yeux sur les tablettes de l'épicier et vous verrez jusqu'à quel point il envahit le territoire des pharmacies. Les pharmaciens devraient être les derniers à s'en plaindre, puisque leurs stocks comprend de nos jours une multitude de produits absolument étrangers au commerce pharmaceutique traditionnel. Il faudrait beaucoup de données statistiques pour soutenir l'évidente vérité voulant que la garantie d'un certain bénéfice tend à accroître le nombre des débits. Au lieu de m'adresser à la statistique, je vais invoquer le témoignage du secrétaire de la British National Pharmaceutical Union, qui déclarait il y a plusieurs années:

> "Dans notre pays, tout vendeur de médicaments brevetés doit se munir d'un permis, et nous avons fini par constater que le nombre de ces vendeurs augmentait au rythme de huit à neuf mille par an...
>
> Il est avéré que les succès remportés par le régime de fixation des prix inauguré il y a 38 ans par la P.A.T.A. ont fixé de fait les prix des médicaments brevetés et que le bénéfice de 20 à 30 p. 100 que la vente de ces produits rapporte constitue une tentation presque insurmontable pour les autres marchands d'envahir le commerce des médicaments brevetés. Les épiciers et les gros marchands qui vendent des articles de ménage encaissent d'ordinaire un bénéfice brut de 12½ à 15 p. 100; ainsi la vente d'une marchandise protégée rapportant un bénéfice brut de 25 p. 100 constitue à leurs yeux une ligne de commerce extrêmement profitable à exploiter.
>
> On peut donc constater que les succès qui ont couronné la guerre que nous avons livrée pour empêcher les rabais dans nos propres rangs ont suscité une armée de concurrents dans notre propre commerce..."
>
> —*Drug Trade News* (13 septembre 1937), page 18.

Le régime de la fixation des prix de revente est loin de remplir toutes les espérances, même en ce qui concerne les avantages qu'il comporte pour les détaillants. A mesure que les débits se multiplient, le volume d'affaires qui reste à chaque marchand diminue et, au même degré, ses bénéfices.

Les tenants de la règlementation des prix de revente par le fabricant plutôt que par la concurrence commerciale invoquent surtout l'argument que voici. Maints petits commerçants, disent-ils, devront fermer boutique. L'argument a un certain intérêt car la plupart d'entre nous sommes fortement enclins à favoriser le petit détaillant indépendant, et s'il était fondé il aurait beaucoup de poids à nos yeux. Mais le détaillant indépendant peut très bien justifier son existence comme tel dans la collectivité sans cette protection artificielle de bénéfices commerciaux. Il y a effectivement réussi dans plusieurs domaines du commerce sans exiger du fabricant qu'il garantisse ses bénéfices sur la marchandise de marque. Pendant des années, les épiceries se sont passées de cette entrave, et les épiciers détaillants indépendants ne sont pas disparus de la scène. Ils prospèrent toujours.

Les opinions diffèrent considérablement sur le degré auquel la pratique de la fixation des prix de revente s'est généralisée au Canada. Ici, on prétend que le régime atteint à peine 5 p. 100 environ des ventes au détail, de sorte qu'il n'y a pas à s'inquiéter. Mais si le régime n'atteint vraiment que 5 p. 100 du commerce du détail, comment se fait-il que les 95 p. 100 qui restent échappent

à l'ingérence du fabricant? Là, on affirme que la proportion monte jusqu'à 30 p. 100; si c'est exact, il serait grand temps d'y voir. Que la proportion soit de 5 p. 100 ou de 30 p. 100, il n'en reste pas moins que la pratique se répand et se généralise. Il faut conclure aussi qu'une intervention positive s'impose si l'on veut faire disparaître une pratique dont le but avoué est la fixation des prix de détail et la prévention de la réduction des prix de détail.

Tous les arguments que j'ai entendu invoquer par les tenants du régime de la fixation démontrent que l'un des objectifs les plus importants du régime, c'est de prévenir la pratique des "articles sacrifiés". L'expression a toujours pris le sens péjoratif de "concurrence acharnée"; on la lance comme une opprobre. J'ai toujours soupçonné que lorsqu'elle tombait des lèvres d'hommes d'affaires qui préconisent la présumée "stabilisation" des prix, le produit auquel ils songeaient était un article vendu à n'importe quel moment à tout prix inférieur à celui qui avait cours généralement, ou inférieur à celui dont ils auraient voulu qu'il eût cours. L'attitude qu'a révélée dans son témoignage de vendredi dernier un représentant de la Fédération du commerce de détail est la plus nette à cet égard qu'on pourra sans doute jamais concevoir. Qu'on me permette de la rappeler au comité:

> Si je demandais aux commerçants ce qui constitue un "article sacrifié" j'apprendrais que pour certains, il s'agit d'un produit pour lequel on n'atteint pas la pleine marge de bénéfice, alors que dans l'opinion d'autres commerçants il s'agirait d'une marchandise sur laquelle ils ne peuvent récupérer leurs frais. D'autres encore estiment que "l'article sacrifié" est un produit qu'ils n'ont pas réussi à vendre au public parce que celui-ci jugeait inacceptable le prix auquel on l'offrait; chaque diminution de ce prix caractériserait l'article sacrifié.

La dernière partie de cette phrase semble difficile à comprendre. Le témoin ajoute:

> A mon avis, s'il me fallait donner une définition personnelle de l'article sacrifié...

Ainsi s'exprime un dirigeant de la Fédération du commerce de détail chargé de la division des aliments de cet organisme:

> ...je devrais dire pour être le plus exact possible qu'il s'agit d'un produit à l'égard duquel, on n'atteint pas l'entière marge de bénéfice et qui est destiné à attirer chez soi la clientèle.

Réflexion faite, le témoin voudrait sans doute reviser sa définition, mais je crois qu'il a éventé la mèche lorsqu'il a dit que le commerçant visait effectivement à empêcher tout ce qui pouvait favoriser une réduction de prix. Une réduction même d'un cent fait de l'article un "article sacrifié" aux termes de sa définition, parce que le prix ainsi réduit devient inférieur au plein prix établi. Le commerçant qui a ainsi réduit le prix perdrait un cent sur la vente de l'article en question, mais il ne vendrait pas "à perte", c'est-à-dire à moins que le prix de revient, par exemple, que porte la facture. S'il vendait à un prix inférieur à son propre prix de revient dans l'intention d'attirer le client à son établissement, la pratique pourrait très bien s'appeler "vente à sacrifice". Les grands magasins ont rarement recours à ce mode de vente. S'ils y ont recours, il peut y avoir ou ne pas y avoir de motif économique.

On prétend encore qu'en définitive c'est le consommateur qui souffre. L'achat, dit-on, de tel article sacrifié peut procurer un avantage pécuniaire au client, mais le commerçant se reprend, en exigeant des prix exorbitants, sur les autres marchandises que le client achète une fois attiré dans le magasin. Dans ce cas, comment le commerçant peut-il exiger des prix excessifs à l'égard des autres marchandises si dans cette vente il lui faut subir la concurrence de ses rivaux en affaires? Le remède auquel on a recours sous le régime de la fixation des prix n'a

pas pour but de protéger un public crédule; il vise plutôt à protéger le commerçant non seulement contre les ventes à perte mais encore contre toute réduction de prix qui ne leur convient pas.

Même si la pratique des ventes à perte était condamnable dans chaque cas, il resterait certainement impossible de justifier les mesures sévères qui empêchent tout commerçant de réduire ses prix même d'une fraction de cent. La sanction d'un tel délit, si délit il y a, est rigide. Elle frappe non le marchand coupable mais toute la collectivité. C'est une sanction trop lourde à imposer au public parce que certains marchands vendant certain article à certain prix. L'assurance contre quelque écart exceptionnel comporte une trop forte prime.

Il y aurait beaucoup à ajouter à ce que j'ai dit. Même s'il vous reste encore de la patience, je constate que le peu de temps dont je disposais pour me préparer est épuisé. Vous avez pu conclure de ce que j'ai dit que je suis opposé au régime de la fixation des prix de revente.

Des VOIX: Très bien.

Le TÉMOIN: Je m'y oppose à cause des rigueurs qu'il impose à notre économie et qui rendent difficile la diminution de plusieurs prix de détail, Le régime permet à un groupe (fabricants) de fixer maints prix de détail à son propre avantage ainsi qu'à celui de deux autres groupes (grossistes et détaillants), mais au grave détriment d'un quatrième (consommateurs). C'est, dit-on, une conséquence de l'entreprise libre. A mes yeux, c'est un déni de liberté qui finira par tuer la sorte d'entreprise dont le Canada a un si impérieux besoin de nos jours.

Le PRÉSIDENT: Pendant la distribution de ces exemplaires, peut-être pourrions-nous prendre un peu de repos.

Le passage que M. McGregor a cité sans nous indiquer le numéro de la page où il figure se trouve à la page 259.

M. BEAUDRY: Et une rectification s'impose: le témoin ne s'occupe pas de la vente au détail de produits alimentaires; il est directeur général d'un grand magasin.

Le PRÉSIDENT: Il s'agissait de M. Harris, principal témoin de la Fédération canadienne des détaillants.

M. BEAUDRY: Il ne s'occupe pas du commerce des produits alimentaires; la fédération, de fait, nous a présenté un autre spécialiste dans cette dernière ligne. Le compte rendu en fait foi.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees?

M. HEES: M. McGregor semble avoir répondu à toutes mes questions.

Le PRÉSIDENT: M. Hees laisse la parole. Monsieur Croll? Monsieur Shaw? Monsieur Beaudry? Monsieur Fulton? Monsieur MacInnis? Monsieur Thatcher? Comme nous ne voulons pas entendre deux sons d'un même parti, la parole est à M. Croll. M. Thatcher suivra.

M. THATCHER: Pourquoi pas un jour quelconque de la semaine prochaine?

M. CROLL: Monsieur le président, j'ai la parole, n'est-ce-pas?

Le PRÉSIDENT: Oui.

M. CROLL: A la suite précisément de ce qu'a dit M. Thatcher, en ce qui me concerne M. McGregor "a parlé", et j'ai goûté tout son exposé.

Le PRÉSIDENT: C'est aussi ce qu'a dit M. Hees.

M. CROLL: En effet, mais j'ajouterai que je cède mon tour à M. Thatcher, attendu qu'il s'oppose à la mesure législative tandis que je ne m'y oppose pas.

Le PRÉSIDENT: Hier, je me suis montré assez exigeant pour ce qui est des questions posées entre membres du comité...

M. CROLL: Je n'interroge personne, monsieur le président; je cède simplement mon tour à M. Thatcher, qui pourrait bien être absent la semaine prochaine.

M. THATCHER: Votre remarque est simplement trompeuse, fausse et sans fondement, monsieur Croll.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher, M. Croll a très généreusement cédé...

M. THATCHER: Je prendrai la parole à mon tour; quinze minutes me suffiront, et je les prendrai après M. MacInnis.

M. MACINNIS: Je n'ai pas demandé la parole.

Le PRÉSIDENT: Vous avez fait signe.

M. MACINNIS: J'ai fait signe que j'approuvais. M. McGregor a dit des choses que je m'efforçais de dire au comité depuis deux ou trois jours.

Le PRÉSIDENT: Alors, c'est le tour de M. Shaw.

M. SHAW: Vous avez bien vu un signe, mais vous l'interprétez mal cette fois-ci. Je n 'ai pas de question à poser.

Le PRÉSIDENT: Au moins un membre ne fait pas signe de la tête, car il a levé la main. Il s'agit de M. Beaudry.

M. BEAUDRY: Est-ce le tour de M. Hees?

Le PRÉSIDENT: M. Hees s'est récusé. Le règlement des dix minutes s'applique à la première série de questions.

M. BEAUDRY: Si le règlement des dix minutes joue, je préfère céder mon tour.

Le PRÉSIDENT: Je m'en remets au comité.

M. CROLL: Monsieur le président, tirons la situation au clair. Certains membres s'opposent à la mesure législative et certains autres l'approuvent. L'attitude qu'a prise M. McGregor ne laisse aucun doute, et les membres qui approuvent la mesure n'ont pas de questions à poser. Nous sommes très heureux de fournir à l'autre groupe toutes les chances voulues. Nous connaissons ceux qui le composent; accordez-leur donc tout le temps qu'ils désirent.

Le PRÉSIDENT: Je songe aux opposants, à moins qu'ils n'aient choisi M. Beaudry comme leur seul porte-parole.

M. CROLL: Que le groupe des opposants prenne tout le temps...

M. MACINNIS: Le Comité a décidé à l'unanimité, il y a quelques jours, de limiter chaque membre à dix minutes. Le président ignore combien de membres désirent encore prendre la parole, et si M. Beaudry prend de quarante à cinquante minutes comme il l'a fait l'autre jour, ceux qui n'approuvent pas les opinions de M. McGregor n'auront plus rien; il ne leur restera plus de temps. Le député pourra se reprendre si personne d'autre n'a de questions à poser.

M. THATCHER: Monsieur le président, M. McGregor a fait des déclarations très importantes cet après-midi, et certains membres n'ont pu les entendre ou les lire qu'au cours de la présente séance du comité. Nous n'avons pu examiner le mémoire. Chacun des membres du Comité tient, je crois, à se montrer juste...

M. CROLL: Et vous?

M. THATCHER: Chacun des membres du comité a, je crois, exprimé le désir d'entendre les deux côtés de la question, mais, en toute justice, ne pourrions-nous pas ajourner la séance à demain matin?

Des VOIX: Non!

M. THATCHER: Un instant,—afin de procurer à ceux qui se demandent si la pratique n'est pas dans l'intérêt de la collectivité en général l'occasion de lire le mémoire, de l'étudier et de l'examiner convenablement. Il y a trois minutes qu'on nous a remis le document; qui s'attendrait à ce que nous sachions déjà comment y répondre? Je désire proposer l'ajournement.

Le PRÉSIDENT: Pour accommoder les deux groupes, nous pourrions peut-être accorder à M. Beaudry tout le temps qu'il désire, ce qui donnerait à M. Thatcher le temps d'étudier le mémoire.

M. THATCHER: Non. Je propose que M. McGregor revienne demain matin; je propose que le comité s'ajourne et que M. McGregor soit notre premier témoin, demain.

Le PRÉSIDENT: Au sujet des témoins qu'il convient de rappeler, il faudrait conclure quelque entente. Le sous-comité du programme et de la procédure a de fait établi que nous ferons revenir les pharmaciens demain, les représentants de la Fédération canadienne des détaillants vendredi, et les fabricants d'accessoires électriques lundi. En tant qu'organisme public, nous devons faire preuve de courtoisie envers ces gens qui doivent quitter leurs affaires, venir témoigner, puis retourner à leurs entreprises. Il semble que nous soyons maintenant assez bien renseignés sur la fixation des prix de revente, et nous pourrions interroger avec profit M. McGregor jusqu'à six heures. A tout événement, j'accepte la motion. Vous proposez l'ajournement?

M. FULTON: Aucun débat sur la motion.

Le PRÉSIDENT: La motion ne peut pas faire l'objet d'un débat.

M. BEAUDRY: J'ai un fait personnel à exposer...

Le PRÉSIDENT: Monsieur Beaudry, la motion ne peut en aucune façon faire l'objet d'une discussion.

M. BEAUDRY: Je n'engage pas la discussion; je veux exposer un fait personnel.

M. CROLL: Il n'y a pas de fait personnel.

M. BEAUDRY: Voici: On a deux fois mentionné mon nom comme voulant poser des questions, et c'est exact; mais j'y éprouve quelque difficulté, vu que vous avez déclaré que je suis opposé à la mesure concernant la fixation des prix.

Le PRÉSIDENT: Je vous présente donc mes excuses.

M. BEAUDRY: La mesure législative m'intéresse. Je ne représente aucun groupe de membres du Comité. Ce sont mes vues que j'exprime et je ne tiens certainement pas à prendre la responsabilité, dont vous me chargez les épaules avec beaucoup de bonté mais néanmoins effectivement, de soutenir telle thèse. Je ne représente que Beaudry.

Le PRÉSIDENT: Je vous présente mes excuses. Je n'ai fait que passer la remarque de M. Croll. Chaque membre du Comité, le président compris, ne représente que lui-même, et lui-même seulement.

M. FULTON: J'allais soulever la même objection. M. Croll a peut-être visé un membre en particulier, mais le compte rendu laisse supposer que ceux qui désireraient poser des questions à M. McGregor appartiendraient de toute évidence au groupe de ceux qui s'opposent à la mesure législative. Je tiens à souligner que cette supposition est gratuite.

Le PRÉSIDENT: Je suis tout à fait d'accord avec vous, la supposition est gratuite.

M. BEAUDRY: Et rien ne prouve suffisamment...

M. CROLL: Le seul qui sache ce que M. Croll a voulu dire est M. Croll. Sa déclaration se passe d'explication, mais il n'a certainement voulu blesser personne . . .

Le PRÉSIDENT: Et vous la retirez?

M. CROLL: Évidemment.

Le PRÉSIDENT: Qui est en faveur de la motion?

(La motion n'est pas adoptée.)

M. BEAUDRY: Monsieur McGregor, nous sommes tous les deux rendus à un âge que nous pouvons divulguer sans crainte de perdre d'autres faveurs. J'ai 45 ans. Auriez-vous l'obligeance de me dire quel âge vous avez?

Le TÉMOIN: J'ai 63 ans, et je suis grand-père.

M. HARKNESS: Et vous, monsieur Beaudry?

M. BEAUDRY: J'invoque mes droits constitutionnels. . .

Le PRÉSIDENT: Un peu plus haut.

M. BEAUDRY: Je suppose que vous avez depuis longtemps atteint l'âge où les opinions ne changent plus sensiblement?

Des VOIX: Non!

Le PRÉSIDENT: M. McGregor, j'en suis convaincu, a toute compétence pour répondre à toute question que peuvent lui poser les membres du comité.

Le TÉMOIN: Il n'y a pas de question.

M. Beaudry:

D. Il n'y a pas de question? C'est votre réponse?—R. Prenez le sens que vous voudrez.

D. Avez-vous, depuis cinq ans, acquis quelque expérience spéciale ou générale qui vous porterait à envisager les choses autrement que vous ne les envisagiez jusqu'alors? Il s'agit des coalitions et de la fixation des prix.

M. MACINNIS: Monsieur le président, je pose une objection.

Les questions posées aux témoins devraient porter sur les faits; il ne faudrait pas lui demander, par questions tendancieuses, s'il est prévenu ni s'il en est venu à des conclusions qui modifient son opinion d'il y a cinq ans. Les questions doivent porter sur les faits, exclusivement.

M. FULTON: Dans son mémoire, M. McGregor a exprimé nombre d'opinions qui ne s'appuient pas sur les faits.

M. CROLL: Mais sur trente années d'expérience.

M. FULTON: Il s'agit de la protestation formulée par M. MacInnis, qui a demandé que les questions posées à M. McGregor soient limitées à des faits. Il est impossible de les limiter à des faits, parce que le mémoire est un exposé d'opinions. Je ne me demande pas s'il a la compétence de les exprimer; je dis qu'il est impossible de fonder sur des faits les questions qui découlent de son mémoire.

Le PRÉSIDENT: Après deux heures de discussion nous avons adopté l'article 3 du rapport du sous-comité du programme et de la procédure: "Qu'à l'avenir toutes les questions posées aux témoins se confinent aux arguments exposés dans leurs mémoires."

M. BEAUDRY: Puis-je soulever un point de règlement?

Le PRÉSIDENT: Assurément.

M. BEAUDRY: Voici cinq lignes que je trouve au début du mémoire de M. McGregor:

> On m'a prié, je présume, de me présenter devant le comité parce que, pendant l'assez grand nombre d'années que j'ai été fonctionnaire j'ai dû m'occuper de toutes sortes de pratiques restreignant le commerce, notamment celle qu'on appelle la fixation des prix de revente. Il pourrait être utile que je résume en peu de mots l'expérience que m'a permis d'acquérir l'examen de ce problème et que j'ajoute quelques commentaires fondés largement sur cette expérience.

Je crois avoir le droit, vu cette déclaration, d'approfondir un peu le sujet. Et je pense, en ce faisant, ne pas enfreindre la décision prise hier.

Le TÉMOIN: Puis-je répondre à la question, monsieur Beaudry? Depuis cinq ans, dites-vous? Comme je l'ai indiqué dans ma déclaration, lorsque nous avons d'abord appris, en 1948, que le régime de la fixation des prix de revente s'était étendu au pain, la question m'a paru beaucoup plus grave. Et elle m'est paru plus grave encore depuis 1948. Depuis un mois, nous avons eu lieu de nous inquiéter davantage, à cause des témoignages présentés au Comité par des témoins qui ont affirmé que la pratique s'était considérablement généralisée et qu'elle englobait maintenant nombre d'industries.

M. Beaudry:

D. Je vais diviser ma question. Depuis que vous avez pris connaissance des témoignages entendus par le Comité, vous êtes-vous formé des opinions que vous ne partagiez pas auparavant?—R. Cette lecture m'a confirmé dans mes opinions. Elle m'a apporté de nouvelles preuves à l'appui des opinions que j'ai exposées il y a trois ans.

D. Sans vouloir chicaner sur les mots, je voudrais qu'on me relise la réponse que vous avez donnée, monsieur.

Le PRÉSIDENT: Jamais, aux comités dont j'ai été membre, on n'a permis de relire le compte rendu. Le témoin est devant vous, et peut répondre à la suite d'une autre question, de mémoire, ou des deux façons.

M. Beaudry:

D. Je vous demande pardon, et je me rends volontiers à cette décision.

En votre qualité de commissaire aux coalitions, à partir de 1925 et les années suivantes, vous n'avez jamais intenté, sous le régime de la loi des enquêtes sur les coalitions, de poursuites judiciaires visant la condamnation de quelque personne qui aurait illégalement eu recours à la pratique de la fixation des prix de revente?—R. J'ai expliqué dans ma déclaration que certaines des poursuites judiciaires intentées se rapportaient à la fixation des prix de revente, en même temps qu'à certaines autres pratiques portant atteinte à la liberté du commerce. Il y en a eu quelques-unes.

D. Je modifie ma question. Avez-vous, depuis 1925, institué quelque poursuite judiciaire se rattachant spécifiquement à la fixation des prix de revente? —R. Je n'en ai pas institué. Je n'ai été en rien mêlé aux procédures judiciaires. Mon travail se bornait à colliger les faits et à soumettre un rapport. Nos rapports renferment des passages portant sur les pratiques de la fixation des prix de revente; nous y avons exprimé l'opinion que ces pratiques nuisent à l'intérêt public. Les mentions, dans tous les cas, je crois, ne se confinent pas à une seule pratique.

D. Vous répondez donc qu'à votre connaissance jamais, depuis 1925, aucune poursuite judiciaire portant spécifiquement et exclusivement sur ce sujet n'a été instituée?—R. Exclusivement? Vous avez raison, jamais.

D. En votre qualité de commissaire aux coalitions, avez-vous rendu témoignage devant le comité spécial des prix au cours de l'année 1948, plus spécifiquement le lundi 16 février et le mardi 17 février 1948?—R. Oui.

D. Accepterez-vous comme authentique une citation que je tire du compte rendu original?

Le PRÉSIDENT: M. McGregor aimerait, je crois, vous entendre lire ce que vous avez à lire.

M. BEAUDRY: Je voulais m'en assurer.

Le PRÉSIDENT: Je ne crois pas qu'un membre du Comité irait jusqu'à déformer la lecture d'un document. Lisez-le, afin de rafraîchir la mémoire du témoin.

M. BEAUDRY: Il s'agit de réponses à des questions que vous ont posées les membres du comité spécial des prix, et plus directement d'une question que vous a posée, après d'autres, M. Harkness, qui est aussi membre de notre Comité.

Le PRÉSIDENT: Page?

M. Beaudry:

D. Pages 23 et 24, facsicule numéro 8. Si, lecture faite, on juge la question tendancieuse tirée ainsi du contexte, je compléterai le contexte.

Après plusieurs autres questions, M. Harkness a demandé:

> C'est au sujet des prix de revente imposés, paragraphe 12, page 6. J'imagine que vous ne considérez pas de façon générale comme une pratique condamnable la fixation du prix de revente. Le meilleur exemple qui me vienne à l'esprit est le cas des automobiles. Tout marchand d'automobiles est obligé de vendre au prix fixé par le manufacturier. C'est là la pratique générale et qui est communément acceptée, et la même chose s'applique à un grand nombre d'autres articles. Cela étant, j'imagine que vous ne considérez pas la fixation du prix de revente comme une pratique répréhensible, du moins quant à un grand nombre d'articles. Est-ce exact?

Voici la réponse, consignée au compte rendu:

> J'ai dit dans un paragraphe subséquent, paragraphe 18. . .

J'imagine qu'il s'agit d'une déclaration ou d'un mémoire qu'a formulée ou soumis M. McGregor en sa qualité de commissaire aux coalitions.

> J'ai dit dans un paragraphe subséquent, paragraphe 18: Quant au problème relatif au prix de revente, on doit reconnaître que certains manufacturiers sont justifiables de recourir à cette pratique.
>
> J'ai pris une attitude assez ferme sur la question du prix de revente. Je reconnais qu'on peut invoquer des arguments pour ou contre cette pratique. Si tous les cas pouvaient être nettement déterminés, nos fonctions seraient grandement facilitées. Je crois qu'il faut tenir compte du produit en cause et des circonstances particulières dans chaque cas.

Avez-vous quelque chose à changer à ce témoignage, monsieur McGregor? —R. Non, rien. Je tiens à expliquer que sous le régime de la loi que nous avions alors, nous avions l'obligation d'examiner chaque cas particulier à la lumière des circonstances.

Je dois appeler également votre attention sur la phrase que vous avez extraite du paragraphe 18; elle est tirée de la déclaration que j'avais faite la veille. La déclaration était écrite:

> On ne peut s'occuper du problème de la fixation du prix de revente sans reconnaître que des manufacturiers peuvent avoir certaines raisons de chercher à maintenir le prestige de leurs produits en surveillant de quelque façon les conditions de vente au public.

Ce qui ne signifie pas qu'ils auraient raison d'imposer une mesure aussi radicale que celle que comporte la fixation des prix de revente. Ils peuvent avoir raison de chercher à maintenir le prestige de leurs produits, mais non de chercher à empêcher toute réduction dans les prix. J'ai dit "en surveillant de quelque façon". L'expression ne justifie pas la latitude que se donne le régime de la fixation des prix.

Le PRÉSIDENT: Où se trouve le passage que vous avez cité, monsieur McGregor?

Le TÉMOIN: A la page 10 du facsicule numéro 4, séance du 16 février 1948, du compte rendu des délibérations du comité spécial des prix.

M. Beaudry:

D. Monsieur McGregor, vous venez, selon moi, d'indiquer votre interprétation du témoignage que vous avez à l'époque rendu devant le comité. Je désire indiquer ce qui, dans la citation, se trouve ou ne se trouve pas entre guillemets. Voici la partie qui ne l'est pas:

> Je reconnais qu'on peut invoquer des arguments pour ou contre cette pratique. Si tous les cas pouvaient être nettement déterminés, nos fonctions seraient grandement facilitées. Je crois qu'il faut tenir compte du produit en cause et des circonstances particulières dans chaque cas.

D. J'ai dit que l'opinion contraire était soutenable. Je suis toujours du même avis.

D. Souscrivez-vous aux deux dernières phrases, ou à la dernière, qui ne faisait pas partie de votre mémoire mais d'une réponse fournie à un membre du comité:

> Dans une telle conjoncture il faut tenir compte de la denrée visée ainsi que des circonstances particulières qui entourent chaque cas.

C'est ainsi que vous avez répondu devant un comité qui étudiait la question des prix, lorsqu'on vous a demandé d'exprimer votre opinion quant à la fixation des prix de revente et à son effet sur les prix?—R. Vous me demandez si je change jamais d'opinion. Oui. Mais dans le cas qui nous intéresse mon opinion a été confirmée par tout ce que j'entends dire depuis relativement à l'application croissante de la pratique à un si grand nombre d'articles. Je ne vois pas d'autre moyen de résoudre le problème que d'étendre la portée de la mesure à tous genres d'articles.

D. Autant que voux sachiez, depuis quand la pratique existe-t-elle?—R. S'il faut en croire ce que j'ai appris au cours des délibérations du Comité...

D. Pardon, ce n'est pas ce que je vous ai demandé. D'après votre expérience personnelle, depuis quand la pratique de la fixation des prix de revente est-elle très répandue au pays?—R. Depuis dix ans sûrement, elle y est très répandue.

D. Qu'est-ce qui a donné lieu à l'enquête spéciale que vous avez menée en 1927 et que vous avez désignée au moyen des lettres P.A.T.A.?—R. En 1925?

D. Était-ce en 1925?—R. Oui.

D. Qu'est-ce qui avait donné lieu à l'enquête? N'était-ce pas la fixation des prix de revente?—R. En effet.

D. Alors la fixation des prix de revente ne remonte-t-elle pas plus loin qu'à une dizaine d'années, peut-être aussi loin que 1925?—R. Oui, mais à ce moment-là il y a eu régression de la pratique, à cause des mesures prises sous l'empire de la loi des enquêtes sur les coalitions.

D. Je m'en rends compte mais c'est votre opinion qui m'intéresse. J'essayerai de ne pas invoquer les archives, à moins que le Président ne m'y autorise ou que ma mémoire ne me fasse défaut. Vous venez de dire qu'il y a à peine dix ans que la pratique s'est véritablement répandue et que vous avez dû récemment, c'est-à-dire depuis deux ou trois ou même cinq ans, revenir sur votre opinion. Il me semble que la pratique était bien connue dès 1925. C'est pourquoi j'ai peine à accepter ce que vous en dites maintenant?—R. Quelle est votre question?

D. Il s'agit de contredire logiquement l'affirmation d'après laquelle vous soutenez qu'il n'y a que dix ans que la pratique s'est répandue. N'existait-elle pas déjà, de façon très générale, dès 1925?

Le PRÉSIDENT: Pardon, en toute justice envers M. McGregor, telle n'est pas la question que vous lui avez posée il y a quelques instants.

M. BEAUDRY: Permettriez-vous au sténographe de relire la question?

LE PRÉSIDENT: Non. Vous avez demandé si la pratique était connue. A mon sens, il y a une différence entre une pratique "connue" et une pratique "très répandue".

M. Beaudry:

D. Était-elle connue et très répandue?—R. Voici: la pratique était répandue même après 1925, mais elle l'est devenue bien davantage depuis dix ans.

D. Était-elle suffisamment répandue de 1935 à 1941 pour permettre au commissaire aux coalitions de l'examiner, de façon à se prononcer quant à ses bons ou mauvais effets?—R. Oui, le commissaire aux coalitions après l'avoir étudiée s'est effectivement formé une opinion, mais comme l'indique mon exposé, des difficultés ont surgi, en ce qui a trait à l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions, lorsqu'il s'est agi d'intervenir à l'égard d'un fabricant particulier qui imposait ses propres prix de revente.

D. Ainsi, en 1948, le commissaire aux coalitions avait sûrement eu tout le temps voulu pour se former une idée nette. Je songe à la page 212 du même procès-verbal, où figure sa réponse, encore ici, à une question de M. Harkness. La première question ne sert peut-être que d'introduction à ce qui doit suivre. Voici ce que M. Harkness a demandé au témoin:

> D. La discussion sur les monopoles m'a semblé d'un caractère plutôt général. Aussi, afin de se faire une idée de l'importance qu'ils revêtent dans notre économie, de leur effet sur la hausse des prix, ce qui nous intéresse en ce moment, M. McGregor voudrait-il répondre à ceci? Laissant de côté ce qui est généralement connu comme un monopole naturel, tels l'éclairage d'une ville ou les monopoles fondés sur des brevets, pourriez-vous nous dire combien de monopoles ont fonctionné au Canada en ces dernières dix années?

La réponse se traduit par une question:

> R. Des monopoles exercés par une entreprise particulière?
>
> D. Oui, mettons des monopoles dans le commerce de la distribution et dans la fabrication.—R. Je ne pense pas qu'il y en ait eu dans le commerce de la distribution.

Plus loin,—je passe une question, mais j'y reviendrai s'il le faut pour maintenir le fil des idées.

> D. Ce qui nous intéresse, je crois, c'est l'effet des monopoles sur la hausse des prix et sur l'économie en général. Si je comprends bien votre réponse, il n'y a pas eu de monopoles dans le commerce de la distribution depuis dix ans. Et dans l'industrie de la fabrication?—R. Dans deux ou trois cas que nous sommes à examiner, ainsi que l'indique mon exposé, il y a monopole.

Pouvez-vous nous dire combien de fois on a relevé des monopoles dans l'industrie de la fabrication depuis dix ans?—R. Depuis dix ans, nous avons examiné une douzaine de cas, peut-être, mais il ne s'agissait pas toujours d'un monopole exercée par une seule entreprise. C'est à peu près la même chose lorsque deux ou trois sociétés exercent ce qu'on appelle une régie monopolisatrice. C'est la même chose.

D. Jusqu'à quel point, d'après vous, le monopole est-il entré dans notre économie générale? S'agit-il, à votre avis, de 5 p. 100 des cas, ou de 1 p. 100?—R. Je ne m'estime pas en mesure de fournir des précisions, car je tiens à être exact dans tout ce que je dis.

D. Quoiqu'il en soit, je crois pouvoir déduire de votre réponse que la proportion est relativement faible?—R. Je ne crois pas, qu'aux fins du présent comité parlementaire, vous ayez à vous occuper beaucoup de la question des monopoles exercés par une entreprise particulière.

Le PRÉSIDENT: Quand nous reviendrons de la Chambre, nous reprendrons la discussion où nous l'avons laissée. Le comité ne s'ajourne pas, monsieur McGregor, car nous reviendrons dès la mise aux voix terminée.

(*A la reprise de la séance.*)

Le PRÉSIDENT: A l'ordre! M. Croll a la parole jusqu'à ce que M. Beaudry revienne.

M. FULTON: Est-ce son nom qui figure ensuite à la liste?

Le PRÉSIDENT: Je m'excuse, c'est le nom de M. Fulton qui suit. Veuillez poser vos questions jusqu'à ce que M. Beaudry reprenne sa place.

M. Fulton:

D. M. McGregor, il me semble que vous n'avez pas très bien fixé sur une question au sujet de laquelle on vous a interrogé. Voici une autre question. Avez-vous, à titre de commissaire aux coalitions, effectué ou institué une enquête portant spécifiquement sur la question de la fixation des prix de revente?—R. D'un fabricant particulier?

D. Oui?—R. Oui. Au cours de nos enquêtes préliminaires nous avons souvent été saisis de ce problème. Cependant, comme l'indique mon exposé, nous n'avions aucune loi qui nous eût permis de prendre des mesures efficaces à cet égard.

D. C'est pourquoi vous n'avez jamais recommandé qu'on intente une poursuite, et c'est pourquoi aucune poursuite n'a été intentée?—R. Notre tâche se bornait à la présentation d'un rapport, mais aucun rapport officiel n'a signalé que ces méthodes étaient contraires à l'intérêt public.

D. Vous est-il jamais arrivé, lorsque vous étiez commissaire aux coalitions, de donner à entendre qu'un bon moyen de réprimer la pratique qui vous causait tant d'inquiétude serait de légiférer à cet égard?—R. Nous avons travaillé à établir un avant-projet de loi en diverses occasions, surtout après la reprise de notre activité en 1946. A partir de ce moment-là, nous avons été saisis de cas très graves. Le rapport sur les Cartels internationaux venait de voir le jour et nous nous occupions de plusieurs causes très importantes. Entre autres problèmes dont nous étions saisis, il y avait celui de la fixation des prix de revente. J'ai cru, à un moment donné, qu'il nous serait possible d'examiner le problème et d'obtenir l'avis de quelqu'un qui serait en mesure de l'approfondir.

D. Avez-vous jamais recommandé une mesure législative?—R. Non.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Beaudry, c'est en attendant votre retour que M. Fulton posait des questions.

M. BEAUDRY: J'ai parcouru une partie des témoignages que vous avez rendus au cours des audiences du comité des prix en 1948. Aussi, afin de nous les rappeler à la mémoire, puisque la discussion a été suspendue pendant une demi-heure, qu'il me soit permis de citer vos paroles:

Je ne pense pas qu'il y en ait eu dans le commerce de la distribution.

. . . c'est-à-dire de monopoles exercés par une seule entreprise. Vous avez également affirmé que la mesure dans laquelle le monopole était entré dans notre économie générale n'était pas une question dont le comité parlementaire sur les prix, devait beaucoup s'occuper en 1948.

Ces observations, vous les avez formulées après avoir occupé le poste de commissaire aux coalitions pendant 23 ans et après avoir suivi le jeu de la fixation des prix de revente pendant ces 23 années.

Dois-je comprendre que vous avez revisé sensiblement les avis que vous exprimiez alors, c'est-à-dire en 1948?—R. Je tiens d'abord à me reporter aux déclarations formulées. Je n'ai pas sous la main le procès-verbal du deuxième jour, mais je souligne que la discussion avait été précédée d'une explication précisant qu'il s'agissait du monopole exercé par une seule entreprise. J'ai dit qu'à mon avis, il n'y en avait pas dans le secteur de la distribution.

Le PRÉSIDENT: Puis-je interrompre la discussion un moment. Certains d'entre nous aimeraient avoir une définition des termes "monopole exercé par une seule entreprise". Que signifient-ils?

Le TÉMOIN: Il s'agit d'une société qui exerce un monopole complet sur un commerce quelconque. Voilà une définition assez sommaire. Nous n'en connaissons aucun dans les secteurs de la distribution au Canada. Il n'y en avait pas alors et je ne crois pas qu'il en existe aujourd'hui.

C'est du monopole exercé par une seule entreprise que nous parlions lorsque j'ai dit qu'il n'y en avait pas dans les commerces de distribution. Toute la discussion ultérieure découlait de la première question que j'ai posée à M. Harkness. Je lui ai demandé:

"Vous parlez du monopole exercé par une seule entreprise". Il m'a répondu: "Oui".

Pour répondre autrement à votre question, j'estime qu'à la lumière des lois existant alors et existant maintenant, il n'est pas possible de prendre des mesures efficaces à l'égard de l'habitude qu'ont certains fabricants de fixer leurs propres prix de revente. Je l'ai mentionné dans le paragraphe suivant de la déclaration que j'ai formulée en 1948 et qui figure à la page 10 du fascicule n° 4.

> L'élimination de la concurrence dans les prix,—l'établissement de prix de réclame et le maintien du prix de revente en sont des aspects importants,—est sans contredit un des problèmes les plus difficiles que pose l'administration.

. . . difficile, vu le caractère de la loi. Ce commentaire ne fait pas partie de la citation.

> Des enquêtes plus détaillées et plus complètes peuvent indiquer la possibilité d'appliquer des remèdes connus là où il est démontré qu'il y a eu atteinte grave à la liberté du commerce. La publicité est en elle-même une arme très efficace lorsque les circonstances en justifient l'usage. Un examen plus approfondi peut aussi conduire à la découverte et à l'application de mesures de protection plus efficaces. Le travail de ce Comité parlementaire devrait être un pas dans cette voie.

On se souvient sans doute que ce comité parlementaire a effectivement examiné le problème de la fixation des prix de revente, mais qu'il en a confié la solution au prochain organisme d'enquête institué par la suite, c'est-à-dire, à la Commission royale d'enquête sur les prix. A son tour ladite commission a exa-

miné le problème dans une certaine mesure, puis elle a proposé qu'on charge la commission des enquêtes sur les coalitions de poursuivre ses études sur le sujet.

C'était au printemps de 1949, alors qu'un très grand nombre d'enquêtes marchaient de front. Sans les énumérer, je ne crois pas que nous ayons jamais, au cours d'une année, présenté au ministre un plus grand nombre de rapports.

M'est-il permis de poursuivre?

M. Beaudry:

D. Je vous en prie.—R. Vu le personnel à notre disposition, nous ne pouvions manifestement pas nous en charger. En 1949, je m'en souviens, peu après le dépôt du rapport de la commission Curtis, je me suis efforcé de trouver une personne compétente qui puisse diriger l'étude requise pour que nous soyons en mesure de formuler des recommandations satisfaisantes. Nous n'y avons pas réussi. L'année suivante, c'est-à-dire en 1950, le Gouvernement instituait le comité MacQuarrie. Le comité MacQuarrie a réalisé la tâche que nous avions espéré réaliser antérieurement.

D. Auriez-vous l'obligeance de me rendre l'exemplaire si vous n'en avez plus besoin? Je désire relever une partie de phrase dont vous venez de vous servir; j'avais une liste de passages, mais j'ai dû la perdre. Voici la partie de phrase dont il s'agit: "peut là où il est démontré qu'il y a eu atteinte grave". . . R. Pardon?

D. "Peut là où il est démontré qu'il y a eu atteinte grave". Y a-t-il donc eu des cas où la fixation des prix de revente ne porte pas gravement atteinte à la liberté du commerce?—R. La gravité varie suivant les cas, cela ne fait aucun doute. Lorsque la plupart des fabricants d'une industrie, sinon tous, pratiquent la fixation des prix de revente, les circonstances sont beaucoup plus graves que lorsque quelques entreprises seulement y ont recours.

D. Nous y reviendrons tantôt. Cela confirme ce que vous avez dit aujourd'hui. Je suppose que votre observation date d'aujourd'hui, ou bien avez-vous par ces mots: "là où il est démontré qu'il y a eu atteinte grave", simplement cité un ancien témoignage.—R. Je réitère l'observation maintenant.

D. Il me semble que vous corroborez alors l'affirmation que vous prête la page 24 du facsicule numéro 5 et dont j'ai dit qu'elle faisait partie d'une de vos réponses au comité. Vous disiez qu'il fallait tenir compte de la denrée visée ainsi que des circonstances particulières qui entourent chaque cas. En d'autres termes, je suppose que votre affirmation ne se rapportait nullement à la loi existante, pas nécessairement, du moins, à la loi existante, mais plutôt à la nécessité d'examiner l'effet des dispositions de cette loi sur le cas, ou l'industrie ou la denrée à l'étude avant qu'il soit possible de démontrer de façon satisfaisante que la pratique avait joué au détriment du public?—R. A moins d'une supposée contravention à la loi, nous n'étions pas autorisés à faire enquête.

D. Voudriez-vous me dire si l'affirmation que j'ai extrait de vos réponses s'applique de façon générale? En d'autres termes, lorsque vous dites qu'il faut tenir compte de la denrée visée ainsi que des circonstances particulières qui entourent chaque cas, vous entendez qu'avant de pouvoir démontrer qu'il y a eu délit, ou même un supposé délit, il faut examiner les faits? Ou bien sont-ce les dispositions de la loi des enquêtes sur les coalitions régissant votre activité qui vous imposait cet examen?—R. Il nous fallait examiner les faits et les peser à la lumière des dispositions qui s'y rapportaient.

D. Cela ne répond pas encore à ma question.

M. CROLL: Monsieur le président, puisqu'il a déjà posé sa question trois fois sans que le témoin en comprenne le sens, M. Beaudry aurait-il l'obligeance de formuler sa question en d'autres termes? J'ai moi-même beaucoup de peine à la saisir et pourtant, je m'y applique.

Le PRÉSIDENT: Trois personnes m'ont déjà rappelé l'article du règlement qui limite le temps de parole à dix minutes.

M. FULTON: Monsieur le président, vu que la séance a été interrompue et que nous avons perdu beaucoup de temps aujourd'hui,—j'estime que le mémoire de M. McGregor a vivement impressionné tous les membres,—ne serait-il pas préférable, si M. McGregor y consent, de le faire revenir au comité afin que nous puissions l'interroger plus à fond?

Le PRÉSIDENT: Il faudrait que ce fût dans l'après-midi vu notre programme chargé jusqu'à la semaine prochaine.

M. BEAUDRY: Dans ce cas, j'interromprai volontiers mes questions dès maintenant.

M. HARKNESS: Je demande à m'expliquer sur un fait personnel. En rapportant les questions que j'avais posées au comité des prix en 1948, M. Beaudry, sans le vouloir j'en suis sûr, a pu créer l'impression chez les membres du comité, que je m'efforçais par ces questions, de plaider la cause de la fixation des prix de revente, voire des monopoles. Rien n'était plus éloigné de mon propos, M. McGregor en conviendra sûrement.

M. BEAUDRY: Je le reconnais. Je tiens à signaler, monsieur le Président, que je suis désavantagé, comme tous les autres membres d'ailleurs, du fait qu'on nous ait donné lecture du mémoire avant que nous ayons eu l'occasion de l'étudier. J'ai des questions à poser relativement au mémoire, mais je laisse à vous le soin de décider si quelqu'un d'autre poursuivra l'interrogatoire maintenant.

M. CROLL: En trois minutes j'aurai épuisé mes questions.

M. BEAUDRY: Je vous cède donc la parole.

M. Croll:

D. Voici. Un grand nombre de commerçants, de petits commerçants dans le pays, songeant à la mesure que le présent comité approuvera peut-être, s'inquiètent beaucoup, sont bouleversés et appréhendent l'effet probable sur leur commerce de la pratique de l'article sacrifié. Or, j'ai noté ce que vous avez dit des articles sacrifiés. Auriez-vous l'obligeance d'élucider vos observations et de nous fournir des explications pratiques, non pas que vous ayez manqué sous ce rapport, mais j'aimerais connaître votre avis. Vous avez semblé croire que la pratique n'avait pas causé beaucoup de préjudice, n'est-ce-pas?—R. Tout dépend de ce qu'on entend par l'article sacrifié. Vendredi quelqu'un nous en a donné des définitions diverses.

D. Mettons qu'il s'agisse de vendre à un prix inférieur au coût de revient afin d'attirer les gens au magasin?—R. Je ne crois pas que vous puissiez, par voie législative, empêcher un marchand de vendre à un prix inférieur au coût de revient. Il est parfois opportun d'agir ainsi pour écouler un vieux stock. Impossible de découvrir ce à quoi vise celui qui vend sa marchandise au prix coûtant ou même moins. Il est impossible de déceler ses motifs à moins, comme il est parfois arrivé dans certaines causes de coalitions, qu'il ne les ait consignés par écrit.

D. Prenons le cas des soldes à un cent de la société Rexall.—R. Je doute que ces articles soient vendus à un prix inférieur au prix coûtant; même en vendant deux articles pour le prix d'un, la société réalise encore un bénéfice.

D. Ce qui importe, c'est que le petit marchand n'est pas en mesure de faire face à une telle concurrence qui lui est déloyale.—R. Les établissements Rexall vendent leurs propres produits, fabriqués par leur propre société, de sorte que le petit marchand ne tient pour ainsi dire aucun de ces articles.

D. Non, mais il vend des articles analogues.—R. Il est désavantagé mais, comme on l'a expliqué l'autre jour, les ventes "deux articles pour le prix d'un seul" ne durent que trois jours au printemps et trois jours à l'automne.

D. Sans désigner personne, il y a, soit ici, soit à Toronto, de très grands magasins à rayons qui offrent, mettons une boîte de Kleenex,—article très utile et même indispensable au foyer,—pour la moitié du prix auquel elle se vend ailleurs. Voilà ce qui inquiète le petit marchand.—R. Voyez ce qui se passe dans les épiceries. Il m'arrive parfois de faire les emplettes de la famille chez Loblaw. Or, je ne me souviens pas d'y avoir vu un seul article dont le prix était très réduit. Il s'en trouvera sans doute quelques-uns qui agiront ainsi à tel moment, à l'égard de tel article, mais je ne crois pas que, pour remédier à cet état de choses, il faille recourir à une mesure aussi énergique que la fixation des prix de revente, qui empêche tous les détaillants de réduire leurs prix.

D. Supposons que la mesure soit adoptée. Je n'appuie pas la fixation des prix, je suppose que la loi est mise en vigueur. Du coup, les prix ont libre cours, rien n'est assujéti à la fixation des prix, vous voyez ce qui se produit. Or, qu'avez-vous à dire à ce sujet?—R. J'estime qu'il y a moyen de légiférer de façon satisfaisante. Nous n'avons pas encore trouvé une formule efficace. A l'heure actuelle, le problème ne se pose pas de façon trop aiguë, quoiqu'il puisse revêtir plus d'importance plus tard. Il y aurait peut-être lieu de renvoyer le problème au comité MacQuarrie, de lui demander de rédiger une loi propre à le résoudre. Il y a bien l'artile 498A du Code criminel, mais il ne suffit pas.

D. Vous savez sans doute ce passage par cœur, puisqu'il figure au dernier paragraphe du rapport du comité MacQuarrie. Le comité s'exprime dans le même sens que vous, à ce propos. Si nous parvenions à trouver une mesure qui réglât cet aspect en particulier, vous croyez qu'il y aurait lieu de l'adopter?—R. Oui.

D. Merci.

M. THATCHER: Mais si vous n'y parveniez pas?

Le PRÉSIDENT: A l'ordre.

M. Fulton:

D. Il me semble, monsieur McGregor, qu'une de vos réponses précédentes faisait preuve de plus d'optimisme, lorsque vous avez dit qu'à votre avis, il serait possible d'élaborer une telle mesure.—R. Peut-être me suis-je exprimé ainsi dans l'exposé dont j'ai donné lecture. J'estime qu'on pourrait rédiger une telle loi, mais non sans beaucoup de peine, car il ne faudrait pas interdire au détaillant de vendre à un prix inférieur à son propre prix de revient. Vendre à un prix inférieur au prix de revient, cela peut vouloir dire vendre au-dessous du prix de revient d'un distributeur en particulier, mais pas nécessairement à un prix moindre que le prix de revient du vendeur le plus compétent.

D. Vous croyez donc qu'il est possible d'élaborer une loi afin de réprimer la pratique néfaste de l'article sacrifié, car, en éliminant cette dernière, on s'expose à supprimer également le recours à une pratique analogue mais équitable.—R. Je pense qu'il y aurait moyen d'y arriver. L'aptitude des avocats à rédiger des dispositions qui répondent à de telles situations m'étonne. La tâche est difficile, mais j'aimerais en voir la réalisation. Je n'appuie pas l'article sacrifié, c'est-à-dire le véritable article sacrifié, celui qui vise à entraîner les gens au magasin, pratique qu'il serait souhaitable de supprimer au moyen d'une loi, mais qui n'est ni aussi néfaste ni aussi grave, que la fixation des prix de revente.

D. Vous aviez déjà formulé cet avis?—R. Oui.

M. HEES: Pour ma part, la principale objection que je vois à la fixation des prix de revente c'est . . .

Le PRÉSIDENT: La séance de cet après-midi tire à sa fin. MM. Fulton, Murray et Thatcher ont signifié leur intention d'interroger le témoin lors de notre prochaine réunion. M. Croll désirait poser une seule question, mais on sait où celà mène. Il se proposait sans doute de soulever un problème.

M. CROLL: J'espérais qu'en répondant par l'affirmative, le témoin eût mis fin à la discussion.

M. Thatcher:

D. Pour faire suite aux observations de M. Croll, monsieur McGregor, veuillez vous reporter à la page 9. J'ai peine à concilier votre réponse à M. Croll avec les observations que renferme le troisième paragraphe de cette page. Vous y affirmez, monsieur McGregor, "qu'il faudrait beaucoup de données statistiques pour soutenir l'évidente vérité voulant que la garantie du bénéfice commercial tend à accroître le nombre des débits". Ce que les petits détaillants craignent surtout, c'est qu'advenant l'adoption de la mesure, ils aient à souffrir de la concurrence des magasins à rayons et à succursales. Ne sommes-nous pas en droit de suppose , en nous fondant sur l'affirmation que renferme votre mémoire, que la suppression de la fixation des prix de revente diminuerait le nombre des débits?—R. Comme je l'ai déjà dit, nombre de commerces comptent plus de vendeurs que la collectivité n'en a besoin. La fixation des prix de revente, en leur assurant une marge de bénéfice, les aide à poursuivre leurs affaires, mais, en même temps, elle en attire d'autres dans le même domaine. Avec cet accroissement du nombre des commerçants, les ventes de chacun d'eux diminuent et, partant, le bénéfice.

D. Monsieur McGregor, veuillez être un peu plus précis. Je répète ce que vous avez dit: "Il faudrait beaucoup de données statistiques pour soutenir l'évidente vérité voulant que la garantie du bénéfice commercial tend à accroître le nombre des débits". Vous estimez donc que l'absence d'une marge de bénéfice garantie diminuera le nombre des débits. Il faut être aussi catégorique dans un sens que dans l'autre. Ne découle-t-il pas de votre affirmation que, sans la fixation des prix de revente, il y aurait moins de débits?—R. Sous le régime de la marge de bénéfice garantie?

D. Je m'appuie sur l'observation que vous formulez à la page 9.

M. FULTON: Non, sans marge de bénéfice garantie.

Le TÉMOIN: Non, j'ai dit que la garantie du bénéfice commercial augmenterait le nombre des débits.

M. Thatcher:

D. Sans la garantie du bénéfice commercial, le nombre des débits diminuerait donc?—R. Oui.

D. Mettons que certains de ces débits disparaissent du fait de l'interdiction de la pratique, qui en sera le plus exposé à la faillite, les magasins à rayons, les magasins à succursales ou le petit détaillant indépendant, c'est-à-dire les anciens combattants qui viennent d'ouvrir . . .

Le PRÉSIDENT: Les veuves et les orphelins!

M. Thatcher:

D. Le président peut bien plaisanter, mais à mon sens, les premiers à souffrir ce seront ceux qui ne sont que depuis peu en affaires et dont la situation financière n'est pas encore solide.—R. Si la société a besoin des services qu'ils offrent, elle leur accordera sa clientèle de façon qu'ils puissent rester en affaires.

D. Oui, mais si le nombre des vendeurs diminue, lesquels devront se retirer, les petites sociétés indépendantes ou bien celles qui existent depuis longtemps et dont la situation financière est solide?—R. Celles qui n'offrent pas le service voulu. Par cela j'entends celles dont les prix et tout le reste ne répondent pas au besoin de la collectivité.

D. Lesquels seront-ils?

M. MacInnis: La concurrence existe-t-elle qui permette à tout le monde de survivre?

M. Thatcher: Il n'y a pas lieu de plaisanter à ce propos. Ce sont probablement les nombreuses petites gens qui viennent d'ouvrir boutique que la concurrence outrancière acculera à la faillite. Ils ont déjà assez de peine à se tirer d'affaire! Si certaines entreprises doivent disparaître comme le dit M. McGregor, j'estime que ce seront celles-là.

M. Hees:

D. Puisqu'il est si difficile de définir exactement l'article sacrifié, ne croyez-vous qu'avant de tenter de faire adopter la mesure interdisant la fixation des prix de revente, il serait extrêmement utile d'abord de formuler une telle définition, puis de nous employer à formuler une mesure interdisant la pratique de l'article sacrifié, car je suis sûr que tous les membres du Comité l'ont constaté comme moi, le petit commerçant, celui dont nous désirons sauvegarder les intérêts, craint au plus haut point la pratique de l'article sacrifié. Voilà l'objection qu'ont formulée les petits commerçants de ma circonscription. Aussi, je crois que si nous parvenions à régler le problème de l'article sacrifié, on ne trouverait pas trop à redire contre l'interdiction de la fixation des prix de revente.—R. Je ne pense pas que le problème soit aussi grave à l'heure actuelle que vous semblez le croire. Je ne crois pas qu'il nous soit nécessaire de prendre à l'égard de l'article sacrifié des mesures aussi énergiques qu'à l'égard de la fixation des prix de revente.

M. Stewart: Une question seulement. Qu'est-ce qui empêche aujourd'hui un marchand d'offrir, à titre d'article sacrifié, un article dont le prix n'est pas imposé?

Le témoin: Rien.

M. Fulton: Y trouverait-il le même avantage qu'à offrir un produit à prix imposé?

M. Stewart: Je le pense.

Le président: Permettez au témoin de répondre lui-même, monsieur Stewart.

Le témoin: Cela dépend de la demande qui existe pour cette denrée en particulier.

M. Fulton:

D. L'aubaine ne serait-elle pas plus frappante si le prix d'un article, qui n'a pas varié depuis des années, était tout à coup réduit?—R. Oui. Si la mesure est adoptée, dans certains domaines où la plupart des produits sont assujétis à la fixation des prix, elle causera beaucoup d'ennuis. Il y aura une période d'adaptation, car il faudra qu'on apprenne à exercer son choix, à agir par soi-même.

Le président me dirait-il si je dois me présenter à une autre séance?

Le président: Monsieur McGregor, nous vous savons gré d'avoir bien voulu vous présenter à si bref délai, mais certains membres désirent vous interroger à nouveau lundi ou mardi après-midi, à leur convenance.

Le témoin: Je suis à votre disposition.

M. Croll: Remettons-nous en au sous-comité du programme et de la procédure.

Le président: Le sous-comité se réunira demain après-midi à 3 heures.

(Le Comité s'ajourne.)

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES
POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 9

SÉANCE DU JEUDI 29 NOVEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. J. W. Preston, secrétaire-administrateur de la *Canadian Pharmaceutical Association;*

M. H. J. Fuller, professeur à l'École de pharmacie de l'Ontario;

M. J. Crawford Gould, président de la *Drug Trading Company.*

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952
96723—1

PROCÈS-VERBAL

JEUDI 29 novembre 1951

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin. Les présidents conjoints, l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, sont présents; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Fogo, Golding, Horner, Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Boucher, Carter, Cauchon, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harkness, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher, Welbourn.

Également présents: M. J. W. Preston, secrétaire-trésorier de la *Canadian Pharmaceutical Association Inc.;* M. H. J. Fuller, professeur, à l'École de pharmacie de l'Ontario; M. J. C. Gould, président de la *Drug Trading Company.*

Le président donne lecture d'une lettre datée du 28 novembre 1951, que M. J. W. Preston a adressée au secrétaire du Comité, au sujet de la production de certaines données statistiques que le Comité avait demandé aux représentants de la *Canadian Pharmaceutical Association* de fournir à une séance ultérieure.

M. Shaw dépose une copie d'une lettre circulaire, en date du 5 novembre 1951, que la *Canadian Pharmaceutical Association Inc.* avait envoyé à tous ses membres dans tout le Canada.

Il est ordonné que ladite lettre circulaire soit annexée, comme *Appendice A*, aux procès-verbaux et témoignages de ce jour.

M. Thatcher propose que soit annulée l'adoption des deuxième et troisième vœux contenus dans le troisième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, qui a été agréé le mardi 27 novembre.

Après débat, ladite motion, mise aux voix, est rejetée:

Ont voté pour: Les honorables sénateurs Aseltine et Horner, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Harkness, Hees, Murray (*Oxford*), Thatcher.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill, Fogo, Golding; MM. Beaudry, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Garson, Harrison, Jutras, MacInnis, Mott, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Welbourn.

M. Preston et le professeur Fuller sont rappelés et interrogés.

M. Gould est appelé et interrogé.

M. Croll donne avis d'une motion, déférée à l'examen du sous-comité du programme et de la procédure, qui est ainsi conçue:

Il est résolu:

1. Que nul marchand ne doit vendre ou offrir en vente, directement ou indirectement, un article à moins de 5 p. 100 de plus que le prix de revient.

2. Que la présente disposition ne doit pas s'appliquer aux ventes suivantes:
   a) marchandises endommagées ou marchandises constituant le solde d'un article discontinué ou hors de saison;
   b) ventes effectuées à des fins de charité ou par des organismes de secours;
   c) marchandises périssables qui doivent être vendues promptement, afin d'en prévenir la détérioration et la perte qui en résulte;
   d) marchandises écoulées au cours de ventes véritables de soldes si elles sont annoncées, si les prix en sont marqués et si elles sont vendues comme telles;
   e) marchandises vendues lors de la liquidation définitive de toute entreprise commerciale lorsqu'elles sont annoncées, que les prix en sont marqués et qu'elles sont vendues comme telles;
   f) ventes effectuées en vertu de la loi sur la faillite ou de la loi des liquidations, ou en vertu d'une injonction de la cour.

3. "Prix de revient" signifie le prix mentionné dans la facture et exigé de l'acheteur de bonne foi ou le coût de remplacement, selon celui qui est le moins élevé, moins les remises pour paiement comptant ou achat en quantité, plus les droits d'accise et les taxes de ventes, s'il en est.

4. Les mots "directement ou indirectement" visent à inclure les pratiques commerciales auxquelles on recourt en éludant la loi, comme les
   a) ventes mixtes de marchandises;
   b) valeurs exagérées à l'égard des reprises;
   c) réductions dissimulées de prix, sous forme de primes et de remises, et autres pratiques commerciales comme la vente à perte.

5. Que la violation de cette disposition constitue un délit et doit être jugée en vertu de la Partie du Code qui a trait aux déclarations sommaires de culpabilité.

Les témoins se retirent.

(A une heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne au vendredi 30 novembre, à 10 heures et demie du matin).

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

JEUDI 29 NOVEMBRE 1951
10 heures et demie du matin.

Le PRÉSIDENT: La séance est ouverte, messieurs. Les représentants de la Canadian Pharmaceutical Association sont encore parmi nous ce matin; mais, avant d'appeler M. Preston et ses associés, en toute justice je dois donner lecture d'une lettre, datée du 28 novembre, que j'ai reçue de ce groupement et qui est adressée au secrétaire du Comité, M. Burgess.

> "A notre réunion de jeudi dernier, on m'a demandé de fournir un tableau des majorations établies par les pharmaciens détaillants à l'égard des articles de pharmacie non assujétis à la fixation du prix de revente.
>
> Il sera impossible de présenter ce tableau dans un délai raisonnable, puisque les prix de ces articles varient entre pharmaciens et entre régions; en d'autres termes, il n'y a pas de prix uniforme en principe.
>
> La seule façon d'obtenir ces renseignements d'une façon approximative serait d'adresser un questionnaire à tous les pharmaciens ou à des pharmaciens typiques dans toutes les localités, puis d'établir une moyenne d'après les réponses fournies.
>
> Si le comité parlementaire voulait rédiger un tel questionnaire, l'Association l'adresserait volontiers à ses membres et s'efforcerait par tous les moyens d'obtenir les renseignements demandés le plus tôt possible. Cependant, il faudrait sans doute beaucoup de temps pour accomplir cette tâche."

En outre, la dernière fois que M. Preston a été interrogé ici, M. Shaw a demandé un exemplaire de la lettre que la Canadian Pharmaceutical Association avait adressée à ses membres.

M. FULTON: Ne devrait-on pas la déposer?

Le PRÉSIDENT: M. Shaw l'a demandé.

M. SHAW: Je crois qu'elle devrait être accessible à tous les membres du Comité.

Le PRÉSIDENT: Elle sera annexée en appendice aux délibérations.

Monsieur Preston, voulez-vous vous approcher?

M. FULTON: Avant que M. Preston soit appelé, je veux qu'on règle la question des nombreux télégrammes qui ont été reçus; il y en a des milliers, nous dit-on. Comment entend-on y aviser?

Le PRÉSIDENT: Je n'en sais rien. J'ai examiné de nouveau mon dossier ce matin et je crois avoir compté environ cinquante télégrammes et lettres. C'est un point que je voulais discuter avec le sous-comité de la procédure. On en a simplement accusé réception, disant qu'ils seraient communiqués au Comité.

M. FULTON: Et ceux que M. Burgess a reçus? J'ai entendu dire qu'il y en avait des milliers.

Le SECRÉTAIRE DU COMITÉ: Je n'ai pas reçu de télégrammes, mais j'ai reçu un certain nombre de cartes postales.

Le PRÉSIDENT: Parmi les télégrammes dont j'ai accusé réception, je dois dire que quelques-uns étaient adressés à M. Burgess et que ce dernier me les a remis. Les télégrammes semblent nous arriver par groupes. Après avoir reçu

celui de la maison Eaton, il nous en est arrivé une foule de la part de détaillants et de groupes de détaillants qui appuyaient fortement l'attitude que la Fédération canadienne des détaillants avait prise en leur nom. De toute façon, on mettra à la disposition des membres toutes ces lettres et les copies des lettres que j'ai adressées pour accuser réception de leurs communications.

M. FULTON: Je propose que nous consignions au compte rendu un exemplaire des cartes postales, si elles sont officiellement adressées au président.

Le PRÉSIDENT: La plupart des cartes postales que j'ai reçues sont adressées à James Sinclair, député de Capilano. Je crois que la plupart des députés en reçoivent. La majeure partie de ces cartes viennent de la région de Québec.

Le SECRÉTAIRE DU COMITÉ: Une carte postale imprimée est adressée aux présidents conjoints. Je crois qu'on en a reçu une centaine jusqu'ici.

Le PRÉSIDENT: Je n'ai certes pas l'intention d'en accuser réception; mais que le secrétaire du Comité doive le faire ou non, c'est une autre affaire.

M. FLEMING: Ont-elles toutes la même forme?

Le PRÉSIDENT: Oui.

M. FLEMING: Pouvez-vous nous dire quelle en est la teneur?

Le PRÉSIDENT: On y proteste simplement contre la mesure législative visant à interdire la fixation des prix de revente.

L'autre question dont le Comité sera saisie cet après-midi et demain a trait à la façon de disposer des mémoires. Certains de ceux qui ont présenté des mémoires veulent qu'ils soient consignés au compte rendu; c'est tout ce qu'ils désirent, ils ne veulent pas comparaître devant le Comité. Ce n'est pas conforme aux décisions que nous avons prises au début: nous avions décidé de convoquer les gens qui nous avaient présenté des mémoires et de qui nous voulions obtenir de plus amples renseignements.

M. SHAW: Avez-vous terminé cette affaire?

Le PRÉSIDENT: Oui

M. SHAW: Qu'en est-il des organismes nationaux représentant les fabricants, lorsque ces organismes nationaux ne semblent pas être en mesure de parler au nom de chaque fabricant? Le Comité a-t-il l'intention d'interroger les fabricants comme tels? La difficulté qui se pose à nous en ce cas, c'est qu'un représentant d'un organisme national n'est peut-être pas fabricant lui-même. Il en résulte que nous ne pouvons malheureusement pas interroger le fabricant lui-même.

Le PRÉSIDENT: D'après la méthode que nous suivons pour mener notre enquête, les gens qui parlent au nom des fabricants sont choisis par les fabricants.

M. SHAW: Pouvons-nous convoquer individuellement des fabricants intéressés et leur poser des questions?

Le PRÉSIDENT: Nous le pouvons si nous voulons les assigner à comparaître mais ni le comité de la procédure, ni notre comité n'ont décidé que nous avions l'intention, en notre nom, de sommer des établissements commerciaux individuels de comparaître devant nous.

M. SHAW: Peut-être faut-il laisser au sous-comité de la procédure le soin d'en décider.

M. THATCHER: Sauf erreur, il a décidé de convoquer des sociétés commerciales déterminées.

Le PRÉSIDENT: Rien n'a été décidé à ce propos. La seule décision a porté sur les mémoires qui, au reçu, devaient se ranger dans une des trois catégories suivantes: premièrement, les mémoires d'organismes nationaux à propos desquels

les membres désireraient peut-être obtenir de plus amples détails et, à cette fin, convoquer les représentants de ces organismes; deuxièmement, les mémoires qui seraient distribués aux membres et annexés au compte rendu, sans que les représentants des organismes fussent convoqués devant nous; troisièmement, les mémoires simplement versés aux archives. Je dois dire que jusqu'ici nous n'avons reçu aucun de ces mémoires auxquels nous avions songé. A venir jusqu'à présent, les membres du Comité ont reçu tous les mémoires qu'on nous a communiqués.

M. THATCHER: Si nous voulons convoquer des sociétés commerciales déterminées, nous devrions les en prévenir, afin qu'elles puissent préparer leurs mémoires. Pour ma part, j'ai la ferme conviction que nous devrions appeler des sociétés commerciales typiques qui peuvent nous fournir des faits et des données. Mais on ne peut les convoquer à un noment d'avis. Le sous-comité de la procédure devrait donc, à mon sens, prendre une décision, quelle qu'elle soit, à ce propos.

Le PRÉSIDENT: C'est la quatrième fois, je crois, que nous revenons au point principal de notre enquête. Je me reporte une fois de plus à la décision que nous avons prise, le mardi 27 novembre, au sujet des clauses n°s 2 et 3, à savoir que l'interrogatoire des témoins se bornera désormais aux arguments avancés dans leurs mémoires. Après un long débat ce jour-là et la veille, nous avons décidé que le Comité avait surtout pour objet d'entendre les observations des gens opposés à la mesure législative que le Gouvernement avait annoncée dans le discours du trône. Si l'Association des manufacturiers canadiens ou les associations de fabricants qui se présentent devant nous ne veulent pas faire comparaître des fabricants individuels pour établir le bien-fondé de leurs thèses, je crois que nous devons nous en tenir, comme le Comité l'a décidé, aux observations de ceux qui ont été choisis pour comparaître devant nous.

M. FULTON: Vous dites que le Comité est déjà revenu quatre fois sur sa décision. Il n'a donc pas raison de ne pas changer d'avis encore une fois.

M. THATCHER: Dites-vous maintenant que nous ne convoquerons pas ces sociétés commerciales?

Le PRÉSIDENT: Je dis que le Comité a décidé, le mardi 27 novembre, que l'interrogatoire des témoins se bornerait aux arguments avancés dans leurs mémoires.

M. THATCHER: Quel rapport cela a-t-il avec la convocation des sociétés commerciales?

Le PRÉSIDENT: Ces sociétés commerciales n'ont pas présenté de mémoire.

M. FULTON: Personne ne le leur a demandé.

Le PRÉSIDENT: Vous connaissez bien les deux méthodes qui s'offraient au Comité. Il avait le choix entre une enquête complète portant sur toutes les sociétés commerciales, enquête qui lui aurait permis d'obtenir toutes sortes de faits et de données, et une autre méthode qui lui permettait d'en arriver à une décision à ce propos dans un avenir prévisible. Certains estiment que le Comité fournit à ceux qui s'opposent à l'interdiction de la fixation des prix de revente,—à ceux qui ont fait savoir au Gouvernement, après le discours du trône, qu'ils s'opposaient à la mesure proposée,—l'occasion d'adresser de nouvelles instances afin de faire connaître leur attitude.

M. THATCHER: Je vous signale très respectueusement, monsieur le président, que vous m'avez dit, en particulier et au sous-comité de la procédure, qu'une fois terminée la présentation des mémoires des associations, nous aurions l'avantage de convoquer des fabricants individuels afin d'obtenir d'eux des renseignements plus précis. Qu'est-ce qui vous a fait changer d'avis?

Le PRÉSIDENT: Je n'ai pas changé d'avis, monsieur Thatcher. Tous les membres du Comité savent avec quelle incertitude nous avons commencé notre étude. C'est seulement lorsque nous avons connu les faits et que nous nous sommes aperçus qu'il nous faudrait prendre connaissance d'une masse énorme de données,—il suffit de songer à la lettre de ce matin pour constater combien il sera difficile d'obtenir des données, même dans un domaine restreint comme le commerce de détail de la pharmacie,—que nous nous sommes rendu compte de la difficulté d'obtenir de telles données et de la valeur douteuse de ces données une fois obtenues, puisqu'elles varient d'une pharmacie à l'autre et d'une région à l'autre. C'est après s'en être rendu compte que le Comité a pris une décision à ce propos. S'il nous faut revenir sur cette question à chacune de nos séances, nous devrons siéger pendant longtemps, bien longtemps après que vous serez rentré chez vous, monsieur Thatcher.

M. FULTON: Monsieur le président, je tiens à vous faire observer que, le mardi 27 novembre, le Comité a révoqué une décision qu'il avait prise le lundi 26; que de nouveau, le vendredi 23 novembre, il a révoqué une décision qu'il avait prise la veille; que chaque fois, en outre, la révocation a eu lieu par suite d'observations formulées au cours d'une discussion que vous avez amorcée vous-même en votre qualité de président. C'est incontestable, le Comité a décidé que nous poserions des questions précises à un certain nombre de fabricants et de détaillants, afin d'en obtenir tous les faits et toutes les données, et à deux reprises, sous votre gouverne ou par suite d'un raisonnement que vous avez commencé d'exposer et qu'ont appuyé le ministre de la Justice et la majorité ministérielle du Comité, vous avez fait changer la décision du Comité. Puisque vous avez jugé bon, en deux circonstances d'accaparer le temps et de laisser le Comité consacrer du temps pour discuter l'ensemble de la question et révoquer ses décisions antérieures, je ne vois pas pourquoi M. Thatcher et d'autres qui sont du même avis que lui n'auraient pas le droit de soulever la question de nouveau avec l'espoir que le Comité ne pourra en arriver à une conclusion judicieuse fondée sur tous les facteurs en cause, à moins que nous n'ayons l'avantage d'examiner tous ces différents facteurs, tous les faits et toutes les données, et à moins que nous ne puissions déterminer si la fixation des prix est préjudiciable ou profitable au consommateur. Telle est la question dont le Comité est saisi.

M. MACINNIS: Je croyais que nous avions d'abord décidé que les organismes nationaux comparaîtraient devant le Comité, mais que les organismes locaux ne seraient pas entendus à moins qu'ils ne s'opposent au point de vue des organismes nationaux.

Le PRÉSIDENT: C'est exact.

M. MACINNIS: Nul doute que nous avons modifié notre façon de procéder en une ou deux occasions...

M. FULTON: En quatre occasions.

M. MACINNIS:... mais ce n'est pas une raison de continuer à discuter la procédure à suivre. Nous devons certes en arriver à un moment où ce sera la dernière fois que nous apporterons un changement, et je crois que ce moment est venu. La décision que nous avons prise mardi dernier à ce propos doit être maintenue, surtout si l'on songe à la lettre que vous avez luè ce matin. Au cours des discussions qui ont eu lieu à ce sujet, j'ai déclaré qu'il serait absolument impossible d'obtenir des renseignements comme ceux qu'on demande à propos des articles dont les prix ne sont pas fixés. Comme cette lettre nous le démontre, Dieu sait jusqu'à quand il nous faudrait rester ici si nous voulions obtenir ces renseignements. J'ignore si mes propos sont parlementaires ou non, mais je n'en saurais trouver de meilleurs pour l'instant.

En l'occurrence, nous devrions sûrement décider si nous avons les données voulues à notre disposition, toutes les données que nous pouvons obtenir et

toutes celles sur lesquelles nous pouvons fonder notre décision. Nous devrions en rester là. Je propose que vous mettiez la question aux voix, que vous demandiez au Comité de décider si cette discussion doit prendre fin pour que nous poursuivions notre besogne.

M. BEAUDRY: Avant que la question soit mise aux voix...

Le PRÉSIDENT: Je veux dire quelques mots au sujet des observations de M. Fulton. Le principal changement a eu lieu mercredi, lors de la réunion du sous-comité de la procédure, auquel le comité a soumis la question après avoir entendu le témoignage du commissaire actuel des enquêtes...

M. FULTON: C'était lundi.

Le PRÉSIDENT: En effet. La discussion a porté, d'abord, sur l'obtention des données, puis sur la valeur des données une fois obtenues. Hier, nous avons entendu le témoignage de l'ancien commissaire des enquêtes sur les coalitions.

C'est à la suite de cette discussion au sein du sous-comité de la procédure, qui en somme est plus maniable que celui-ci, qui comprend 36 membres, qu'on a décidé par un vote de 7 à 2,—le président n'ayant pas voté,—que cette façon de procéder nous permettrait d'accomplir notre besogne le plus avantageusement possible.

M. BEAUDRY: Est-ce à dire que nous ne pourrons pas convoquer, comme j'en avais exprimé le désir, certains des offices provinciaux de produits laitiers qui pratiquent la fixation des prix de revente, afin qu'ils nous indiquent les raisons pour lesquelles ils pratiquent...

Le PRÉSIDENT: Aucun office provincial de produits laitiers n'a présenté de mémoire, monsieur Beaudry. Aucun de ces offices n'a demandé au Gouvernement de faire un nouvel examen de la mesure législative proposée.

M. BEAUDRY: Et s'ensuit-il que nous ne pourrons pas les convoquer comme témoins? J'aimerais vous signaler qu'à la première réunion du Comité, comme en fait foi la page 26 au compte rendu, j'ai soulevé le point et que vous avez fait les observations suivantes:

> Le PRÉSIDENT: Nous parlons de choses que nous ne connaissons pas parfaitement; mais, si l'on en exprime le désir, il serait peut-être à propos, le moment venu, d'appeler des témoins, de faire comparaître des propriétaires de journaux.

Le PRÉSIDENT: "Si l'on en exprime le désir". A la suite de discussions et vu le genre d'enquête que nous avions poursuivie depuis le début, la décision a été prise par le sous-comité de la procédure, le 26 novembre et, plus tard, par notre comité le 27 novembre. A moins que nous ne débattions cette question de nouveau, je crois que je devrais adopter la proposition de M. MacInnis, c'est-à-dire mettre de nouveau le question aux voix afin de décider si nous nous en tiendrons à la décision ou si nous remettrons la question à l'étude. Ce serait une façon pratique de poursuivre notre besogne sans piétiner sur place. Voudriez-vous en faire la proposition, monsieur MacInnis?

M. MACINNIS: Vous avez dit "le 26"?

Le PRÉSIDENT: Le 27.

M. BEAUDRY: Voudriez-vous, s'il vous plaît, relire...

M. FULTON: Il a été décidé d'appliquer le bâillon.

Le PRÉSIDENT: Il a été décidé que l'interrogatoire des témoins se bornerait désormais aux arguments que renferment leurs mémoires. Il a été décidé, en principe...

M. BEAUDRY: Cette décision exclut-elle la convocation d'autres témoins? Je prétends que non.

Le PRÉSIDENT: Il a été décidé, en principe, que le Comité n'était pas chargé de mener une enquête en règle qui aurait englobé tout le domaine qu'avait étudié le comité MacQuarrie et toutes les autres questions pertinentes. Notre comité avait pour objet de fournir à ceux qui s'opposaient au projet de loi ministériel l'avantage de nous dire pourquoi cette mesure ne devrait pas être adoptée.

M. BEAUDRY: A mon sens, on ne peut interroger que ceux qui ont présenté des mémoires. Selon votre manière d'interpréter la décision, elle s'applique à ceux qui n'ont pas soumis de mémoires.

Le PRÉSIDENT: S'ils n'ont pas soumis de mémoire, ils ne peuvent certes pas être interrogés.

M. BEAUDRY: Je crois que la décision s'applique dans le cas des mémoires soumis, mais je ne crois pas qu'elle puisse s'appliquer à ceux qui n'ont pas soumis de mémoire.

M. FULTON: Votre argument comporte beaucoup d'illogisme. M. McGregor n'a pas soumis de mémoire et cependant le Comité a demandé à M. McGregor,—à bon droit, je crois,—de comparaître devant lui. De fait, le Comité a entendu M. McGregor bien qu'il n'eût pas présenté de mémoire. Pourquoi M. McGregor doit-il être le seul à être traité ainsi? Je reconnais que M. McGregor est un des hommes les plus compétents en la matière, mais il y en a d'autres dont les pratiques dans ce domaine sont de la plus haute importance.

C'est se montrer tout à fait illogique que d'approuver la convocation de M. McGregor,—bien qu'il n'eût pas présenté de mémoire ni signalé qu'il le désirait,—puis d'imposer silence et dire qu'on ne peut convoquer d'autres témoins parce qu'ils n'ont pas soumis de mémoire.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): M. McGregor a présenté un mémoire qui a été communiqué à tous les membres.

M. FULTON: Mais nous avons convoqué M. McGregor avant cela. Il n'avait pas soumis de mémoire à propos duquel nous devions l'interroger. Nous avons demandé à M. McGregor de comparaître devant le Comité. M. Beaudry et M. Thatcher réclament seulement le même avantage en ce qui concerne leurs témoins.

M. CROLL: Monsieur le président, ce n'est pas un avantage qu'avait M. McGregor. C'est nous qui avons demandé qu'on lui accordât cet avantage. Il ne nous a rien demandé.

M. FULTON: Alors ne pouvons-nous pas demander à d'autres de comparaître?

M. CROLL: Nous avons décidé à la séance du 27,—et nous avons discuté la question à une séance antérieure du sous-comité du programme,—que nous entendrions certains témoins afin de présenter des vœux au cours de la présente session. Nous avons décidé que la discussion se bornerait au sujet contenu dans les mémoires. On n'a pas cherché à appliquer le bâillon ni à imposer silence.

M. FULTON: Alors j'ignore ce qui se passe ici.

M. CROLL: C'est bien évident. On cherche délibérément à retarder le travail du Comité. Il est à peu près temps qu'on le signale.

M. FULTON: Le Comité a pris une décision à deux reprises.

Le PRÉSIDENT: M. Croll a la parole.

M. FULTON: Nul ne cherche à retarder le travail du Comité.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

M. CROLL: Monsieur le président, nous nous sommes montrés très patients à l'égard de ceux qui ont cherché, de temps à autre, à retarder les délibérations du Comité. Nous avons attendu peut-être qu'ils s'épuisent ou qu'ils épuisent leurs tactiques.

M. FULTON: Vous n'avez pas été bref, monsieur Croll.

M. CROLL: J'ai interrogé les témoins pendant 10 ou 15 minutes seulement, tout au plus, et j'ai posé des questions fort pertinentes. Il est vrai que j'ai parfois harcelé mon ami, M. Fulton, mais ce n'était qu'en passant. Je crois le moment venu de mettre un terme à la discussion, vu qu'à notre dernière séance et à toutes les autres nous avons consacré beaucoup de temps à débattre la question. La même chose se produira: on consacrera des heures à discuter des questions sans importance et des sujets qui ont déjà fait l'objet d'une décision. Il est temps, monsieur le président, que vous vous prononciez afin de mettre un terme à ces tactiques dilatoires.

M. FULTON: Que le Comité prenne ses décisions au lieu de se les laisser dicter.

Le PRÉSIDENT: Je vois que MM. Hees, Shaw, Beaudry, Thatcher et Fleming veulent prendre la parole. Et il sera bientôt une heure moins le quart.

M. SHAW: Puisque j'ai soulevé la question, on devrait me permettre de motiver mon intervention. Je ne veux nullement retarder les délibérations, monsieur le président.

M. CROLL: Non; pas vous, monsieur Shaw.

M. SHAW: Après avoir interrogé les représentants d'organismes nationaux, je n'ai pu encore établir qu'il existe un contrat entre le fabricant et le détaillant. Mais je crois pouvoir le prouver dans un cas au moins; or la seule manière d'y arriver est de faire comparaître le fabricant en question devant le Comité. C'est pour cela que j'ai soulevé cette question.

Le PRÉSIDENT: Monsieur MacInnis?

M. HEES: Monsieur le président, tout comme M. Fulton, je m'étonne un peu de la façon dont on a changé d'avis à l'égard de cette question. Nous nous sommes réunis vendredi et lundi. Nous avons tout d'abord entendu les marchands détaillants, puis le Comité a décidé de se renseigner tant sur les faits que sur les chiffres pertinents, Qu'il me soit permis de citer brièvement certaines déclarations du ministre de la Justice.

M. CROLL: J'invoque le Règlement. Une heure durant, nous avons débattu hier cette question même. On y revient encore aujourd'hui. Comme il me semble s'agir de manœuvres dilatoires, j'estime que M. Hees enfreint le Règlement.

M. HEES: Je n'ai pas encore fini mes observations.

M. FULTON: En ce qui a trait à mon appel au Règlement, monsieur le président, je signale que le retard initial vient de ce que, sur votre proposition, le Comité a pris une heure et demie, mardi, pour renverser une décision antérieure.

Le PRÉSIDENT: A votre tour, monsieur MacInnis.

M. MACINNIS: Qu'il me soit permis d'invoquer le Règlement.

Le PRÉSIDENT: Nous sommes saisis d'un appel au Règlement.

M. MACINNIS: Voici. A mon sens, le présent débat ne peut être conforme au Règlement que si par voie de résolution on infirme les décisions prises ici mardi dernier.

M. BOUCHER: Je propose que la motion de M. MacInnis soit mise aux voix.

Le PRÉSIDENT: M. MacInnis a établi à fort bon escient que, vu la décision prise à une réunion antérieure, le présent débat est contraire au Règlement.

M. THATCHER: Je propose que la décision de mardi dernier soit révoquée.

Le PRÉSIDENT: Comme le point a été débattu au moins trois fois au Comité et une fois au sein du sous-comité du programme et de la procédure, je mets immédiatement la question aux voix.

M. FLEMING: Un instant!

M. THATCHER: Je n'ai pu présenter d'exposé au sujet de ma motion.

Le PRÉSIDENT: Voilà ce sur quoi on a insisté chaque fois qu'on l'a pu à l'occasion d'appels au Règlement. Certains membres du Comité veulent prolonger le débat. Il n'est de point soulevé ici aujourd'hui qui n'ait déjà été abordé soit ici, lundi ou mardi, soit au cours de la réunion du sous-comité du programme et de la procédure, soit à l'occasion du témoignage de M. McGregor, hier après-midi. Le Comité me permet-il de mettre la question aux voix sans qu'il y ait discussion puisqu'elle a été débattue à satiété?

M. FLEMING: Je n'ai pas encore pris la parole à ce sujet.

Le PRÉSIDENT: Comme on a débattu au moins trois fois cette question de procédure, je vais mettre la motion aux voix.

M. FLEMING: Ne s'agit-il pas d'une motion tendant à la reprise du débat. Qu'il me soit permis d'en discuter brièvement.

L'hon. M. ASELTINE: Si tout est décidé à l'avance, mieux vaut poursuivre la séance.

M. HEES: Si on est décidé à écraser l'opposition...

M. FLEMING: Permettez-moi de commenter brièvement le sujet..

Le PRÉSIDENT: Volontiers, à condition que vous soyez bref.

M. FLEMING: L'autre jour, on me semble avoir oublié un aspect fort important de la question. Quand il a pris la parole après moi, le ministre de la Justice a dit que la fonction du Comité était de donner aux adversaires de la loi interdisant la fixation du prix de revente l'occasion de se faire entendre.

L'hon. M. GARSON: Il s'agit de ceux qui ont témoigné devant le comité MacQuarrie.

M. FLEMING: Je parle des adversaires de la loi tendant à interdire la fixation du prix de revente. Je signale que ce n'est pas la règle qu'a suivie le Comité dans l'accomplissement de sa tâche. Il a prié les associations qui supposément représentent les consommateurs de venir témoigner devant nous. Nous avons convoqué les représentants des deux principales associations syndicales, qui, pourtant, n'entrent pas dans la catégorie spécifiée l'autre jour par le ministre de la Justice. Nous avons entrepris notre tâche avec l'idée d'obtenir des renseignements sur tous les aspects de la question.

M. THATCHER: Non pas des opinions.

M. FLEMING: Nous nous sommes adressés au commissaire chargé du problème des coalitions. Hier, c'est à l'ex-commissaire du même service que nous avons demandé assistance. Nous n'avons nullement respecté le programme qui, d'après ce que le ministre de la Justice a dit l'autre jour, devait être celui du Comité. Il me paraît maintenant extraordinaire qu'il nous faille changer complètement d'attitude et dire que le Comité a été formé non pas en vue d'obtenir toutes les données requises, mais afin de recueillir ici uniquement le témoignage de ceux qui s'opposaient à des mesures annoncées par le Gouvernement dans le discours du trône. N'est-ce pas là aller à l'encontre des principes les plus élémentaires de la justice et de l'équité?

Le PRÉSIDENT: M. Thatcher propose d'annuler la décision prise le 27 novembre. Si l'on y consent, nous n'aurons plus de programme défini et n'importe qui pourra poursuivre le débat à sa guise. La motion de M. Thatcher fût-elle adoptée, on pourra formuler les mêmes observations une quatrième fois.

M. FLEMING: M. Hees a parlé hier de convoquer Son Honneur le juge MacQuarrie. Sa proposition a été déférée au sous-comité du programme et de

la procédure. S'il est reconnu sans conteste que c'est là l'une des attributions du sous-comité, si ce sous-comité a le pouvoir de régler les questions relatives à la convocation des témoins...

Le PRÉSIDENT: De nouveau, je signale que nous pourrons poursuivre la séance quand la motion de M. Thatcher aura été soit adoptée, soit rejetée.

M. FLEMING: Si la motion de M. Thatcher est rejetée, le Comité aura-t-il le pouvoir de convoquer Son Honneur le juge MacQuarrie ou, par exemple, les représentants de la maison T. Eaton?

Le PRÉSIDENT: Le sous-comité du programme et de la procédure en décidera à la lumière de la motion du 27 novembre, si le Comité persiste dans son attitude. La mise aux voix à laquelle nous allons procéder nous indiquera les désirs du Comité à cet égard.

M. FLEMING: A titre de président, ne prendrez-vous pas une décision sur la question?

M. CROLL: Le problème peut ne pas se poser.

M. FLEMING: Je vous demande si le Comité conservera le pouvoir de convoquer Son Honneur le juge MacQuarrie advenant le rejet de la motion de M. Thatcher?

Le PRÉSIDENT: Pardon, on n'a pas proposé de convoquer Son Honneur le juge MacQuarrie. M. Hees a demandé si on pourrait convoquer ce magistrat. J'ai déféré la question au sous-comité du programme et de la procédure parce que, je le répète, il est plus facile à neuf hommes d'en venir à une décision qu'à un groupe de trente-huit qui compte des membres bien décidés à ressasser le plus possible les mêmes questions. En adoptant la motion, le Comité soulèverait le même problème pour la quatrième fois et donnerait aux adversaires de la mesure l'occasion de venir témoigner devant nous. Telle serait la méthode de recherche que nous adopterions. Je mets la motion aus voix. Vous voulez que le scrutin soit inscrit, je suppose, Monsieur Thatcher?

M. THATCHER: Oui.

Le vote est inscrit et la motion est rejetée.

M. FULTON: Il me faut partir, mais je tiens à consigner au compte rendu que ce n'est pas par dépit.

M. BEAUDRY: Le Comité vient de décider de ne pas annuler la résolution ou décision du sous-comité du programme et de la procédure, que le Comité avait appuyée et selon laquelle l'interrogatoire des témoins doit se borner aux points qu'ils ont soulevés dans leurs mémoires.

Le PRÉSIDENT: C'est exact.

M. BEAUDRY: Il ne faut pas conclure de ce scrutin que le Comité n'a pas le droit de convoquer des témoins qui n'ont pas présenté de mémoire. Mon interprétation s'appuie sur deux ou trois précédents, dont l'un a été établi hier. Voilà pourquoi j'ai voté contre la motion. Le président me dirait-il si j'aurais dû exprimer le désir de convoquer ici certains membres de commissions de régie des produits laitiers?

Le PRÉSIDENT: Le sous-comité prendra une décision à cet égard lorsqu'il établira notre programme, sous réserve de l'approbation du Comité, bien entendu.

M. BEAUDRY: Comme en fait foi la page 249 du compte rendu anglais, j'ai proposé au conseiller juridique du Comité de prier certains services de l'État, tels le Bureau fédéral de la statistique, le ministère de la Justice et le ministère du Revenu national, de nous fournir divers renseignements. Où en est-on rendu à cet égard?

M. CROLL: Mon ami demande-t-il qu'on dépose ici des déclarations d'impôt sur le revenu?

M. BEAUDRY: Je cite de mémoire; il suffit de consulter la page 249 du compte rendu.

M. CROLL: J'ai le texte sous les yeux. Voici la déclaration attribuée à M. Beaudry, à la page 249:

> Il serait des plus utile au Comité que le conseiller juridique obtienne ces données du Bureau fédéral de la statistique, du ministère du Revenu national ou d'autres sources.

Il s'agit simplement d'une observation pertinente.

M. BEAUDRY: Aucun membre du Comité n'a laissé entendre qu'il y avait là irrégularité. J'ai parlé de certaines données dont la production hâterait de beaucoup nos délibérations.

Le PRÉSIDENT: On n'a pas transmis de demande précise au comité. Vous avez dit au cours de votre discours que selon vous de tels renseignements seraient utiles.

M. BEAUDRY: Lorsque je formule une observation, je signale qu'il s'agit d'une observation. Ma déclaration n'avait pas exactement le caractère d'une observation.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre! Nous allons maintenant entendre M. Preston et ses collaborateurs. M. Preston aimerait tout d'abord préciser le sens de certains témoignages présentés par lui au Comité la dernière fois qu'il a été convoqué. Nous reprendrons ensuite notre interrogatoire.

M. J. W. Preston, secrétaire-directeur, de la Canadian Pharmaceutical Association, est rappelé.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, messieurs les membres du Comité, jeudi dernier, M. Dickey m'a posé une question, consignée à la page 155 du compte rendu. J'ai demandé le privilège de formuler certaines déclarations afin de préciser dans l'esprit des membres du Comité diverses idées peut-être un peu vagues. M. Dickey a donc posé la question suivante:

> D. Maintenant, croyez-vous que si la situation n'était pas la même, le détaillant presserait le fabricant, non seulement de changer la marge de bénéfice qui vous est accordée mais aussi de chercher à réduire le prix auquel il vous vend sa marchandise? C'est-à-dire, le détaillant pourrait-il soutenir que vous pouvez vendre en fin de compte le produit à un prix plus bas tout en vous assurant un bénéfice suffisant pour vivre?

Le mot "détaillant" me semble constituer ici une erreur typographique. C'est le mot "grossiste" qu'il convient d'insérer. Le prix auquel le fabricant offre ses produits est assujéti à la concurrence; s'il y a moyen de l'abaisser avec profit, le fabricant n'hésite pas.

M. CROLL: Telle n'est pas la réponse consignée au compte rendu. Sauf erreur, c'est une rectification que vous y apportez.

Le PRÉSIDENT: La lecture du compte rendu vous porte-t-elle à donner plus d'étendue à votre réponse?

Le TÉMOIN: C'est exact.

Le PRÉSIDENT: C'est à la page 155, au milieu de la page.

M. CROLL: J'estime que dans un cas semblable, il conviendrait de donner lecture de la réponse primitive.

Le PRÉSIDENT: Veuillez donner tout d'abord lecture de la réponse primitive. Vous pourrez ensuite formuler les observations qui vous semblent opportunes. Le texte se trouve au milieu de la page 155.

Le TÉMOIN:

D. Maintenant, croyez-vous que si la situation n'était pas la même, le détaillant presserait le fabricant, non seulement de changer la marge de bénéfice qui vous est accordée mais aussi de chercher à réduire le prix auquel il vend sa marchandise? C'est-à-dire, le détaillant pourrait-il soutenir que vous pouvez vendre en fin de compte le produit à un prix plus bas tout en vous assurant un bénéfice suffisant pour vivre?—R. Je ne puis répondre au nom du fabricant, qui est payé en tout premier lieu.

Le PRÉSIDENT: Nous convenons tous avec M. Preston que le mot "détaillant", dans la question de M. Dickey, doit évidemment être remplacé par "fabricant".

Le TÉMOIN: On trouve à la page 163 la question suivante qu'a posée l'hon. M. Garson:

D. C'est uniquement pour éclaircir ce point que je l'ai soulevé, en toute justice, tant envers le témoin qu'envers nous tous. J'ai très bien compris,—puisque vous y êtes revenu à plusieurs reprises en répondant à M. Thatcher,—lorsque vous avez affirmé que les prix monteraient et qu'il incombait donc, dans l'intérêt du consommateur, de maintenir la fixation des prix de revente. Vous avez par la suite soutenu que les prix de marque deviendraient articles sacrifiés. Vous expliquez maintenant que c'est votre seconde réponse qui est la bonne.—R. Oui je le pense. Je m'excuse si je me suis trompé, mais c'est sans doute parce que j'ai essayé de répondre par un oui ou par un non à une question qui n'était pas très claire. Ce que je voulais dire c'est que si la fixation des prix de revente devient illégale, le prix de ces articles fléchira sûrement.

Point de doute, j'ai voulu dire que dans certaines classes de produits, les prix baisseraient. Ces réductions ne sauraient survenir toutefois qu'au dépens 1°, d'une hausse compensatoire des prix d'autres articles, et, 2°, d'un détournement de la vente au détail vers les entreprises puissantes, le tout suivi de la faillite de nombreux petits marchands, à un tel point que cette tendance vers le monopole hausserait les prix à la longue.

L'hon. M. GARSON: Il ne s'agit pas ici d'une rectification apportée au texte d'une réponse mais bien plutôt d'additions.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Preston, il nous est fort souvent arrivé de remarquer dans le compte rendu des erreurs dues aux conditions difficiles dans lesquelles les sténographes doivent travailler. D'ordinaire cependant, comme l'a signalé l'hon. M. Garson, nous ne donnons pas au mot "clarification" le sens de développement apporté à une réponse à la suite de la lecture du compte rendu. C'est bien ce que vous me semblez faire: compléter votre réponse.

Le TÉMOIN: C'est exact.

Le PRÉSIDENT: Nous nous conformons maintenant, je suppose, à la règle dite des dix minutes. Monsieur Fleming, vous avez la parole.

M. Fleming:

D. Afin de bien montrer mon empressement à respecter la décision voulant que nous n'interrogions les témoins qu'à l'égard des mémoires qu'ils ont présentés, je me reporte à une couple de pages de votre mémoire. Je donne la pagination de celui-ci au lieu de celle du compte rendu officiel. J'aborde tout d'abord la question de la concurrence. Voici ce que vous dites à la page 3 du premier appendice de votre mémoire principal...

Le PRÉSIDENT: Vous serait-il possible d'aller un peu moins vite?

M. FLEMING: C'est à la page 22.

L'hon. M. GARSON: Ne serait-ce pas faciliter les choses que de se reporter plutôt aux pages du compte rendu dans lequel le texte du mémoire a été consigné?

M. FLEMING: Je me reporte au mémoire parce que, à mon avis, c'est sous cette forme que le témoin est habitué à considérer son document. Il me semble donc préférable de m'en tenir au mémoire.

M. Fleming:

D. A la page 22, vous parlez d'un certain nombre d'articles dont le prix de revente est fixé. Dans un renvoi au bas de la page, il est question d'un groupe de marques spécialement choisies. La dernière fois, vous parlé de l'augmentation, pendant la période durant laquelle on a eu recours à la fixation du prix de revente, du nombre d'établissements qui s'occupent de la vente de produits pharmaceutiques. Quelles observations formuleriez-vous sur un autre aspect de la concurrence, savoir l'augmentation,—si c'est bien le cas,—du nombre d'articles qui, portant une marque bien connue et soumis à la fixation du prix de revente, se font concurrence? Il s'agit, autrement dit, de la concurrence qui porte sur certains produits de même genre fabriqués par des entreprises différentes.—R. Nous en avons traité quelque part dans notre mémoire, monsieur Fleming. Nous avons signalé par exemple le nombre de marques de pâtes dentifrices qui se font concurrence.

D. Vous formulez certaines observations de ce genre dans votre note au bas de la page 22, mais je me demande si vous pourriez nous renseigner davantage sur les répercussions d'une telle méthode sur la concurrence.—R. Songez-vous à la suppression de la concurrence?

D. Je songe aux effets de la fixation des prix de revente sur le nombre de nouveaux produits propres à se faire concurrence. Par exemple, le nombre de marques différentes de brosses à dents, de pâte dentifrice, etc., qui se font concurrence?—R. Je ne crois pas que la fixation influe à cet égard. On lance constamment de nouvelles marques de pâtres dentifrices.

D. Diriez-vous alors que la fixation n'a aucun effet sur la concurrence, ni dans un sens ni dans l'autre.—R. Précisément.

D. J'en viens maintenant aux effets de la fixation des prix de revente sur les prix eux-mêmes. A la page 39 du même appendice, vous dites que de 1937 à 1947, le prix des articles de pharmacie et de toilette vendus sous le régime de contrats relatifs au loyal commerce n'a monté en moyenne que de 3·12 p. 100. Les commentaires du professeur Fuller, dont on a fait la pièce justificative n° 3, renferment la même déclaration. Il en est question dans plusieurs pages, à la page 22 notamment. Il conviendrait peut-être que je pose ma question au professeur Fuller. Monsieur Fuller, dispose-t-on de données plus récentes quant au pourcentage d'augmentation du prix de ces produits à marque de fabrique bien connue.

M. FULLER: Sauf erreur, il existe un relevé plus récent, qui date de l'an dernier. Le mémoire le mentionne brièvement quelque part. Il s'agit d'un relevé fait par le Bureau of Education on Fair Trade et la société Eli Lilly, d'Indianapolis.

M. FLEMING: Quoi qu'il en soit, voici ce que vous dites au milieu de la page 32 de votre article:

> L'indice du coût de la vie est monté en flèche mais les prix des produits soumis aux contrats relatifs à l'équité commerciale n'ont pas emboîté le pas, de sorte que les bénéfices nets réalisés dans la vente au détail des produits pharmaceutiques ont diminué.

Cette déclaration se fondait-elle sur les renseignements les plus récents?

M. FULLER: Oui, les frais d'exploitation des pharmacies partout au pays vont grandissant, les salaires en particulier, mais les produits dont le prix de revente est fixé n'accusent pas d'augmentation, de sorte que l'écart entre les frais et les bénéfices va diminuant.

M. FLEMING: M. McGregor a formulé hier une déclaration que j'ai ainsi comprise: la marge de bénéfice sur chacun des articles assujétis à la fixation du prix de revente n'augmente peut-être pas dans les circonstances actuelles, mais comme le volume des ventes dans les entreprises de détail est plus important, les bénéfices bruts augmentent. Qu'en pensez-vous, monsieur Fuller?

M. FULLER: Le relevé Eli Lilly, effectué en 1949 aux États-Unis par la société Eli Lilly, sur la base de réponses facultatives, a révélé que les bénéfices bruts,—un instant, il me faut faire certains calculs,—ont été de 32·4 en 1949 et, sauf erreur, de 32·8 en 1950, soit une différence de ·4 p. 100.

M. FLEMING: Je suppose, monsieur Fuller, que vous avez consulté toutes les sources de renseignements disponibles sur les effets au Canada du recours à la fixation du prix de revente lorsque vous avez préparé vos intéressants commentaires sur le rapport MacQuarrie?

M. FULLER: On me permettra d'apporter les précisions suivantes. Le 25 novembre, on m'a demandé de préparer une critique du rapport MacQuarrie. Je l'ai fait, sauf erreur, en sept ou huit jours.

M. FLEMING: Vous voulez sans doute dire le 25 octobre?

M. FULLER: En effet, le 25 octobre. J'avais terminé cette critique lorsque le comité parlementaire a été formé et qu'on m'a demandé de préparer une autre critique plus précise. Voilà pourquoi certains détails sont inclus dans les deux documents. Une recherche de plus de sept jours nous aurait révélé un nombre bien plus grand de sources d'informations. C'est l'une des premières questions que j'ai soulevées dans ma critique, à la page 6.

M. FLEMING: Dispose-t-on maintenant de ces données?

M. FULLER: On les obtiendrait dans certaines bibliothèques. On pourrait citer des douzaines de titres d'ouvrages et d'articles tirés de reyues spécialisées, par exemple la revue de l'American Economic Association. J'ignore cependant ce qu'on peut se procurer au Canada même.

M. FLEMING: Voilà où je veux en venir. Connaissez-vous au Canada des sources de renseignements que nous pourrions consulter mais dont on ne s'est pas encore servi?

M. FULLER: Je doute fort qu'il y ait des sources purement canadiennes. Comme le Bureau fédéral de la statistique établit depuis plusieurs années une longue liste de prix pour déterminer l'indice du coût de la vie, il y aurait sans doute moyen d'obtenir de cet organisme des données sur la variation des prix dans le cas d'articles soumis à la fixation du prix de revente et dans le cas d'autres qui ne le sont pas. C'est de cette façon que les renseignements sont à notre portée. L'examen de ces données établirait nettement, j'en suis certain, que le prix des articles assujétis à la fixation du prix de revente est bien loin d'avoir monté autant que celui des articles vendus sur ce qu'on appelle le marché libre.

M. FLEMING: Nous avons parlé de la réduction des bénéfices réalisés par les marchands de détail lors de la vente des produits pharmaceutiques de marque de fabrique connue. Qu'ajouteriez-vous en ce qui a trait à l'écart entre les majorations?

M. FULLER: Voulez-vous dire que la majoration devenant plus élevée, il est possible de réaliser des bénéfices nets plus considérables?

M. FLEMING: Oui. Je cherche à établir le rapport entre la majoration et le volume des ventes et à déterminer quelle est l'influence de ces éléments sur l'ensemble des bénéfices.

M. FULLER: Je ne connais pas de chiffres établis à l'égard de produits assujétis à la fixation du prix de revente. Nous convenons tous que trois éléments entrent dans la détermination des bénéfices: la majoration, le volume des ventes

et le rythme d'écoulement de la marchandise. Chaque détaillant ou fabricant doit lui-même, dans sa propre sphère d'activité, établir l'équilibre requis entre ces trois éléments. Il n'existe pas de formule magique à cette égard.

M. CROLL: Monsieur le président, si j'ai bien compris, M. Fuller a dit qu'on ne pouvait établir s'il y a écart entre la majoration applicable aux articles assujétis à la fixation du prix de revente et la majoration applicable aux articles qui ne le sont pas?

M. FULLER: Non, je n'ai pas dit cela.

M. CROLL: Auriez-vous l'obligeance de répéter vos remarques?

M. FULLER: Je ne puis sans doute pas répéter exactement ce que j'ai dit. J'ignore s'il existe de statistique propre à permettre la comparaison, dans un magasin en particulier par exemple, entre les bénéfices nets fondés sur la majoration applicable aux articles assujétis à la fixation du prix de revente, et les bénéfices provenant de la vente des autres produits. Je ne sache pas qu'aucun commerçant établisse de telles données.

Le PRÉSIDENT: C'est la dernière question que vous pouvez poser, monsieur Fleming.

M. FLEMING: Pour tout résumer, pourriez-vous nous dire quelle est selon vous l'influence de ces divers éléments sur la fixation du prix de revente? Je veux parler de la majoration, du volume des ventes, des bénéfices nets et des bénéfices bruts.

M. FULLER: Depuis 20 ans, pour autant que je sache, il n'y a eu aucun changement important, pour les pharmaciens, dans le rapport entre les bénéfices bruts, les bénéfices nets et les frais généraux. Ces chiffres ont peut-être varié de ·5 à 1·5 p. 100. Le volume d'affaires des pharmacies de détail aux États-Unis est en régression. Je ne crois pas qu'il en soit de même au Canada, mais plusieurs motifs favorisent une telle baisse tant de la valeur en dollars que du volume des ventes, car la fixation du prix de revente permet aux pharmaciens de mener leur entreprise et d'exercer leur profession d'une manière plus conforme aux principes éthiques applicables en ce domaine. Le pharmacien n'a plus à vendre de crème à la glace, de sorbets, d'eaux gazeuses et le reste, produits dont la vente revient aux restaurateurs. De plus en plus, les pharmaciens cessent de vendre ce qui n'a pas strictement trait à la pharmacie. Les ventes plus nombreuses de produits antibiotiques comme la chloromycétine ont entièrement modifié le commerce de la pharmacie. Il faut tenir compte de tous ces éléments lorsqu'il est question de bénéfices bruts, de prix de revient, etc.

Le PRÉSIDENT: A votre tour, monsieur Carter.

M. Carter:

D. Si j'ai bien compris M. Preston lorsqu'il a complété la réponse qu'il avait donnée à M. Dickson, il a dit que l'interdiction de la fixation du prix de revente amènerait une baisse passagère du prix des produits soumis à cette fixation, mais que le prix des autres produits serait relevé. Est-ce bien ce que vous avez dit, monsieur Preston?—R. Oui.

D. Pourquoi le prix des autres produits augmenterait-il?—R. Afin de maintenir la moyenne générale des bénéfices bruts.

D. La concurrence n'empêcherait-elle pas le prix des autres produits de monter?—R. Non, parce que la concurrence porterait surtout sur les produits dont la marque de fabrique est bien connue partout au pays grâce à la publicité et qui sont vendus à prix fixe.

D. La concurrence n'empêcherait donc pas les prix de monter?—R. Je n'ai pas bien saisi?

D. La concurrence n'empêcherait-elle donc pas les prix de monter?—R. Non La concurrence ne serait pas assez marquée en ce qui touche les produits qui n'assurent pas beaucoup de bénéfices. La concurrence porterait uniquement sur les produits annoncés partout au pays et dont le prix est présentement fixé.

D. Je vous remercie.

Le PRÉSIDENT: A votre tour, monsieur Hees.

M. Hees:

D. Monsieur Preston, à titre d'homme d'affaires expérimenté, estimez-vous que le rapport MacQuarrie soit un rapport fondé sur des faits, que les conclusions qui y sont présentées s'appuient sur des données précises qui permettent la comparaison entre les bénéfices réalisés à l'égard de produits dont le prix de revente est fixé et les bénéfices réalisés à l'égard d'autres produits? Jugez-vous plutôt qu'il s'agit d'un rapport entièrement théorique?—R. Nous pensons que le rapport du comité MacQuarrie est de nature théorique et que le Comité a abouti à des conclusions qui ne découlent nullement des faits qui y sont exposés. Nous sommes également d'avis que la plupart des rapports,—les orateurs ministériels me semblent toujours finir leurs discours sur un ton claironnant...

M. THATCHER: Comment jugez-vous le rapport McGregor?

Le TÉMOIN: "Rien, dans le rapport, n'indique qu'une étude scientifique des effets de la fixation du prix de revente ait été effectuée soit dans des secteurs en particulier, soit sur l'ensemble de l'économie nationale. Le rapport ne fait état d'aucune statistique: pourtant, il existe des données statistiques en cette matière. De même, il n'établit aucune comparaison entre le mouvement des prix imposés et celui des prix non imposés et il n'indique pas la place que tiennent ces prix dans l'indice du coût de la vie. Ce que je viens de lire est tiré des commentaires du professeur Fuller sur le rapport intérimaire. C'est la partie finale du rapport MacQuarrie qui, selon nous, est la plus faible. Les auteurs n'ont pas abordé la question de l'article sacrifié, ce qui, d'après nous, donne un caractère inique à toute mesure législative tendant à interdire la fixation du prix de revente.

M. HEES: Je vous remercie monsieur Fuller, quelle est votre opinion sur le même sujet?

M. FULLER: Mon opinion est exposée avec beaucoup de précision dans le passage dont M. Hees vient de donner lecture, page 6, et dans un autre, page 7, dont il n'a pas donné lecture:

> C'est là une façon de procéder peu scientifique et non fondée sur l'observation des faits. Les témoignages à l'encontre de la fixation du prix de revente se résument à l'opinion de parties intéressées.

On trouvera cet extrait à la page 9.

M. CROLL: Vous avez parlé de la page 6.

M. FULLER: Page 6 des commentaires.

M. CROLL: Voulez-vous répéter cette déclaration?

M. FULLER: "Les témoignages à l'encontre de la fixation du prix de revente se résument à l'opinion des parties intéressées". On trouve cette phrase au sommet de la page 7 de l'appendice imprimé. Au sommet de la page 9, on trouve une autre de mes déclarations:

> Le Comité a failli à la tâche sur un autre point. Il avait pour mandat d'étudier à la lumière des conditions présentes, les méthodes et les objectifs de la loi des enquêtes sur les coalitions ainsi que les statuts canadiens connexes, d'analyser la législation et la procédure en vigueur dans les autres pays, dans la mesure où celles-ci peuvent être de quelque secours...

J'ai alors démontré qu'on n'avait pas utilisé la documentation de Grande-Bretagne ni des États-Unis. Je désire me reporter également à la page 7 où j'ai déclaré:

> Entre également dans cette ligne de conduite l'habitude de citer des extraits détachés de leur contexte.

La page suivante révèle comment on s'y prend.

M. HEES: Merci, professeur Fuller. Quelle attitude adopteriez-vous à l'égard d'un de vos élèves qui vous soumettrait un rapport de ce genre?

M. FULLER: La question est assez embarrassante. Dois-je y répondre?

M. HEES: J'aimerais connaître votre opinion à ce sujet.

M. CROLL: Je crois qu'il y a lieu de répondre. C'est le genre de question auquel il faut absolument apporter une réponse.

Le PRÉSIDENT: J'allais signaler qu'une question de ce genre est étrangère au mémoire que vous avez présenté; à vous de juger si vous devez y répondre ou comment vous voulez le faire.

M. FULLER: Je ne fais, messieurs, entre vous aucune distinction. Franchement, du point de vue scientifique, je recalerais simplement, pour manque de connaissance, un étudiant qui compterait là-dessus pour obtenir des points à un examen, voilà tout.

M. HEES: Merci.

M. THATCHER: Que pensez-vous du rapport présenté hier par M. McGregor?

Le PRÉSIDENT: Pour tirer les choses au clair, monsieur Fuller, voulez-vous dire de quel genre d'étudiants vous parlez?

M. FULLER: Des étudiants en économie.

Le PRÉSIDENT: S'agit-il de diplomés ou de non-diplomés?

M. FULLER: Des uns et des autres.

Le PRÉSIDENT: L'école de pharmacie où vous enseignez compte-t-elle des élèves diplômés et des élèves non diplômés?

M. FULLER: Non, pas à l'heure présente. L'école dont je suis sorti cependant comptait des élèves diplômés.

M. CROLL: Cela veut dire que le principal de l'Université Queens est recalé à la première occasion. Savez-vous que le principal de Queens, M. Mackintosh, est membre du comité MacQuarrie?

M. FULLER: Non.

M. CROLL: Vous ne savez pas qui est le professeur Mackintosh?

M. FULLER: Non.

L'hon. M. GARSON: Très bonne réponse.

M. CROLL: Ainsi, monsieur Fuller, m'inspirant de votre réponse à M. Hees, je présume que M. McGregor serait aussi recalé?

M. FULLER: J'aimerais lire le mémoire en entier avant de me prononcer; toutefois, depuis vingt ans, l'évolution de la doctrine économique a été dans l'ensemble aussi extraordinaire que celle de la chimie et des antibiotiques. Tout dépend de l'époque à laquelle chacun suit son cours d'économie, où il commence et où il finit.

Pour ce motif, je me suis attaqué assez bien au difficile problème que pose la concurrence; toutefois, on ne saurait dire de la concurrence ni du monopole qu'ils sont blancs ou noirs. Les deux formules se nuancent l'une l'autre. Toute concurrence n'est pas bonne ni mauvaise; de même tout monopole n'est

pas bon ni mauvais. D'après l'ouvrage d'Oxenfeldt que cite surtout le comité MacQuarrie, il est très clair qu'il y a des milliers de cas où toute enquête doit tenir compte de chaque détail.

M. CROLL: C'est M. Preston, je crois, qui a traité le rapport de "thèse académique". Quant à vous, monsieur Fuller, vous avez dit, en réponse à M. Hees, que vous recaleriez l'élève qui vous soumettrait un tel rapport.

Avez-vous une idée des gens qui ont soumis le rapport? Connaissez-vous le juge MacQuarrie de Nouvelle-Écosse?

M. FULLER: Eh bien Monsieur...

M. CROLL: Contentez-vous de répondre à ma question.

M. FULLER: Non, je n'en connais aucun; j'en ignore même les noms.

M. CROLL: Bien, le président était le juge MacQuarrie; le principal de l'Université Queens, W. A. Mackintosh faisait partie de la commission, de même que G. F. Curtis, que vous connaissez bien, car vous vous rappelez le rapport Curtis...

M. FULLER: Je n'en connais absolument aucun.

M. CROLL: Vous ne vous rappelez pas M. Curtis?

Le PRÉSIDENT: Je crois qu'il y a erreur sur la personne; il s'agit du doyen de la faculté de droit de la Colombie-Britannique.

L'hon. M. GARSON: Le doyen de la faculté de droit de la Colombie-Britannique est un autre recalé.

M. CROLL: Il y a aussi M. Lamontagne, du personnel de l'université Laval. Vous ne connaissez pas ces gens?

M. FULLER: Non.

L'hon. M. GARSON: Dans ce cas, ils sont tous recalés.

Le PRÉSIDENT: Ce sont des élèves d'assez haut calibre pour l'école de pharmacie d'Ontario.

M. CROLL: Ils possèdent de hautes qualités.

Si vous voulez vous reporter à la page 6 du livre ou de l'ouvrage primitif, comme vous voudrez, vous nous dites, je crois, que nous n'avons entendu comme témoignages que des expressions d'opinion et que le seul élément de preuve dont nous disposons, la seule donnée qui existe, a trait au premier alinéa de la page 6.

Je vais donner lecture du passage que vous citez:

Une étude comparée des prix de 26 produits pharmaceutiques assujétis au régime du commerce loyal et dont la réclame est d'envergure nationale, étude fondée sur des données statistiques solides, révèle que le consommateur américain paie pour l'ensemble de ces produits un dixième de cent de moins...

Appuyez-vous cet énoncé?

M. FULLER: Oui, je l'appuie.

M. CROLL: Dans ce cas, vous souvenez-vous que le juge Jackson de la Cour suprême des États-Unis, qui était alors procureur général, a formulé une observation sur la question, laquelle était de son ressort?

M. FULLER: Voici le passage en question: "D'après un bulletin récent émané du Bureau of Education sur le commerce loyal et intitulé: "Current Research Studies on Fair Trade", une étude comparée des prix de 26 produits pharmaceutiques assujétis au régime du commerce loyal et dont la réclame est d'envergure nationale, étude fondée sur des données statistiques solides, révèle que le consommateur américain paie pour ces produits un dixième de cent demoins..." Est-ce bien là ce dont vous parlez?

M. CROLL: Oui.

M. FULLER: L'étude n'a été faite que l'année dernière et il y a déjà plusieurs années que Jackson n'est pas procureur général.

M. CROLL: Quoi qu'il en soit, vous rappelez-vous l'observation formulée par le ministère de la Justice des États-Unis sur le sujet? Je vais vous la communiquer.

M. FULLER: Sur le sujet qui nous occupe?

M. CROLL: Oui.

M. FULLER: Elle n'a été faite que tout dernièrement.

M. CROLL: Je parle de l'observation formulée dernièrement sur l'énoncé en cause.

M. FULLER: Je ne suis au courant d'aucune observation de ce genre.

M. CROLL: J'ai pris connaissance d'une observation que je serai heureux de vous transmettre. Le choix de ces 26 articles, sur une quantité de 3,000 peut-être, a été fait, dit-on, en vue de la propagande et ne donne pas une idée juste de la situation. Voilà l'opinion du ministère de la Justice des États-Unis.

M. FULLER: Je suis porté à partager cet avis; toutefois, le Comité MacQuarrie a également exploité ces données dans le sens contraire, je crois, et il a fait de même à l'égard de l'étude Fortune, qui se range exactement dans la même catégorie.

M. CROLL: Je ne faisais pas partie du Comité MacQuarrie, de sorte que vous ne pouvez pas me recaler là-dessus. Approuvez-vous cet énoncé?

M. FULLER: A mon avis, le nombre d'articles choisis était trop restreint.

M. CROLL: C'est précisément l'avis de ces messieurs.

M. FULLER: C'est aussi celui d'Oxenfeldt. Cette étude particulière ne peut mener à aucune conclusion,... elle a pu montrer...

M. CROLL: Un de mes amis, M. MacInnis, demande, avec beaucoup de finesse: "Pourquoi n'avez-vous pas inséré cela dans le mémoire en nous disant: Réellement, cela ne prouve rien".

M. FULLER: Les pages que vous citez ne sont pas le fruit de mon travail.

M. HEES: Bien répondu.

M. FLEMING: Puis-je inviter M. Croll à demander à M. Fuller ce qu'est le Bureau of Education? Est-ce un organisme de l'État ou un organisme privé?

M. FULLER: Autant que je sache, c'est un organisme national des États-Unis composé de diverses organisations qui s'intéressent à la fixation des prix de revente.

M. CROLL: Oui.

M. FULLER: Sauf erreur, il s'agit d'un certain nombre d'associations, dont je ne saurais donner les caractéristiques précises; elles comprennent les fabricants, détaillants et grossistes.

M. CROLL: Mon temps s'épuise, je le regrette...

Le PRÉSIDENT: Trois minutes.

M. CROLL: Au Varsity Stadium, on n'arbore le drapeau que lorsqu'il ne reste qu'une minute de jeu.

J'ose dire que nous éprouvons de la difficulté à faire le rapprochement entre le Canada et les États-Unis pour ce qui est de l'expérience acquise et de l'exercice de l'autorité, et la chose vous cause aussi des ennuis?

M. FULLER: Oui, beaucoup.

M. CROLL: Je comprends parfaitement que ce soit un peu difficile. Les membres de la commission sont le juge MacQuarrie, M. Mackintosh, M. Curtis et M. Lamontagne. Et, y a-t-il au Canada, monsieur Fuller, quelqu'un qui fasse plus autorité en matière de fixation des prix de revente que M. McGregor?

M. FULLER: Je ne veux pas me prononcer à ce sujet.

M. CROLL: Vous ne connaissez personne qui possède plus d'expérience? Il s'occupe du problème depuis 23 ans; depuis la fondation du service, je crois.

M. FULLER: Je ne puis répondre à cette question par l'affirmative, car cela dépend, comme j'ai essayé de le signaler tantôt, de la façon de penser de chacun. Si l'on croit que toute concurrence est bonne, tout monopole devient mauvais; c'est blanc ou noir.

M. CROLL: Oui.

M. HEES: S'il est si compétent, monsieur Croll, pourquoi n'a-t-il pas mené l'enquête pour le compte du Gouvernement?

Le PRÉSIDENT: Lorsque vous avez eu votre tour, monsieur Hees, personne ne vous a interrompu.

M. CROLL: Je n'ai pas du tout tenu compte des observations de M. Hees. C'est donc bien ainsi.

M. FULLER: Puis-je ajouter que les gens compétents, médecins, ingénieurs ou autres, diffèrent souvent d'avis sur le même sujet?

M. CROLL: Oui, professeur Fuller; toutefois, si j'avais aujourd'hui besoin d'un renseignement en pharmacie je m'adresserais au professeur Fuller de l'Université de Toronto. Il fait autorité. Il peut se tromper sans doute, et il s'est trompé aujourd'hui même, mais j'irais à lui, car il fait autorité en la matière. Maintenant, qui aurait compétence pour se prononcer en dernier ressort sur le sujet à l'étude?

M. FULLER: Je l'ignore, monsieur.

M. CROLL: N'est-ce pas alors M. McGregor?

M. THATCHER: Ou M. MacDonald?

M. HEES: J'imagine que c'est MacDonald, puisqu'il occupe le poste.

M. CROLL: Assez; c'est moi qui pose les questions.

M. FULLER: J'ai répondu à la question. Je l'ignore.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Garson?

L'hon. M. GARSON: Professeur Fuller, M. McGregor a fait hier un énoncé, dont je vais vous donner lecture. Après avoir lu avec soin votre critique du rapport MacQuarrie et pris connaissance de votre long exposé, j'en suis venu à la conclusion que vous partagez l'opinion que je vais citer de M. McGregor. Au lieu de revenir sur tout votre exposé, je vais me borner à vous citer l'énoncé de M. McGregor et de vous demander si vous l'approuvez. Nous reviendrons, au besoin, sur d'autres détails, mais ce serait plutôt long.

Voici ce qu'il dit:

Le PRÉSIDENT: Quelle page?

L'hon. M. GARSON: Page 6.

M. THATCHER: Pouvons-nous tous interroger M. Fuller au sujet du rapport de M. McGregor?

M. FLEMING: Cela fait surgir un point intéressant à l'égard de la décision qui a été confirmée.

L'hon. M. GARSON: C'est très juste, je vais questionner M. Fuller sur son propre mémoire.

Le PRÉSIDENT: Oui, c'est juste. Merci, monsieur Thatcher.

M. FLEMING: Le premier coupable est le ministre de la Justice.

L'hon. M. GARSON: Dans votre mémoire, professeur Fuller, en énumérant certains éléments de preuve suivant lesquels le régime des prix fixes de revente aurait empêché les prix de monter, vous dites:

> Nous ne soutenons pas que les nouveaux éléments de preuve que nous présentons sont plus solides que ceux sur lesquels s'appuient Oxenfeldt et le Comité. Nous prétendons qu'ils le sont tout autant.

M. FULLER: Oui.

L'hon. M. GARSON: A titre de représentant d'un organisme sérieux, vous ne voudriez pas, j'imagine, présenter au Comité des éléments de preuve que vous ne jugeriez pas solides.

M. FULLER: C'est juste.

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. FULLER: Je veux dire que tout document est sujet à se ressentir de la méthode grâce à laquelle on l'a obtenu ainsi que des dispositions des intéressés qui en sont les auteurs.

L'hon. M. GARSON: Parfaitement; toutefois, vous présentez au Comité, avez-vous dit, des éléments de preuve que, j'imagine, vous jugez sérieux. Vous avez dit que les comparaisons faites par Oxenfeldt avaient la même valeur que les vôtres.

M. FULLER: Parfaitement.

L'hon. M. GARSON: Il a dit entre autres choses, je cite ici un extrait de votre mémoire, "on peut recourir à plusieurs méthodes pour obtenir des témoignages tendancieux au sujet de l'influence que la législation relative à la fixation des prix de revente exerce effectivement sur les prix de revente".

M. FLEMING: Quelle page?

L'hon. M. GARSON: Page 221. Puis, page 222. "D'abord, dit-il, on peut faire des comparaisons entre les prix en honneur dans les États où la fixation des prix de revente est légale et les prix exigés dans les États où cette méthode n'est pas légale".

Maintenant, professeur, convenez-vous avec moi que la comparaison ne vaut qu'aux États-Unis, ce qui semble évident, puisqu'au Canada la fixation des prix s'applique de façon assez générale dans toutes les provinces?

M. FULLER: N'étant pas avocat, je ne sais comment interpréter la chose. Le passage en cause distingue simplement entre les endroits où la méthode est légale et ceux où elle ne l'est pas. Au Canada, il n'existe à ma connaissance aucune loi permettant ou restreignant l'emploi de la méthode.

L'hon. M. GARSON: On ne saurait donc faire de comparaison de ce genre au Canada; il faut les faire aux États-Unis.

M. FULLER: Je le crois.

L'hon. M. GARSON: "En second lieu, (je cite toujours un passage d'Oxenfeldt tiré de votre mémoire) les changements qui surviennent dans les prix des produits assujétis à la fixation des prix de revente peuvent se comparer à ceux qui surviennent dans les prix de produits qui ne sont pas assujétis à cette méthode de fixation des prix.

Vous citez alors en italique ces paroles d'Oxenfeldt: "Ces comparaisons sont hasardeuses".

M. FULLER: Oui, c'est ici même.

L'hon. M. GARSON: D'où je conclus,—je veux procéder le plus rapidement possible afin de bien employer mon temps,—que vous convenez avec Oxenfeldt qu'une comparaison de ce genre est hasardeuse.

M. FULLER: C'est juste.

L'hon. M. GARSON: Voici un autre passage d'Oxenfeldt que vous citez en italique: "Les comparaisons entre les prix établis avant et après l'adoption de la législation ne sont pas sûres pour deux motifs..."

M. FULLER: C'est la même chose que "hasardeuses".

L'hon. M. GARSON: Je ne chicanerai pas sur ce détail. Ne pouvant donner lecture du témoignage de M. McGregor, je me fonde sur ce que je viens de citer pour en venir à la conclusion que, d'après vous, la meilleure méthode, ou si vous préférez, la méthode la moins hasardeuse d'analyse des prix fixes de revente en fonction des prix qui ne sont pas fixes consiste à comparer les prix courants dans les États où la fixation des prix de revente est en honneur avec les prix courants dans les États où la méthode est inexistante. Or, c'est ce qu'a dit hier, n'est-ce pas, M. McGregor?

M. FULLER: Que c'est la meilleure méthode d'analyse?

L'hon. M. GARSON: Des trois que signale Oxenfeldt.

M. FULLER: Je dirais simplement que c'est une méthode.

L'hon. M. GARSON: Vous êtes cependant d'accord, puisque vous avez mis en italique l'énoncé d'Oxenfeldt d'après lequel les autres seraient peu sûres.

M. FULLER: Pardon, monsieur, Oxenfeldt établit clairement la première, la deuxième et la troisième et, par la suite, il dit que ces comparaisons...

L'hon. M. GARSON: Je ne puis citer Oxenfeldt, mais seulement votre mémoire. Je m'en tiens à cette partie de son énoncé que vous citez dans votre mémoire.

M. FULLER: J'ai cité toutes les paroles d'Oxenfeldt depuis la page 425 jusqu'au milieu de la page 429, ce qui comprend toute sa thèse sur les conséquences économiques de la fixation des prix de revente. Chacune de ces paroles se trouve probablement dans l'un ou l'autre mémoire.

L'hon. M. GARSON: Je rappelle donc que vous avez parlé des trois méthodes. Vous avez cité en italique la condamnation de deux d'entre elles par Oxenfeldt; d'où je conclus que vous approuvez l'autre.

M. FULLER: Non, je partage l'interprétation d'Oxenfeldt...

L'hon. M. GARSON: Très bien, vous partagez l'avis d'Oxenfeldt et M. McGregor est d'accord avec vous deux; toutefois, il est malheureux que je ne puisse citer son témoignage.

Vous critiquez le rapport MacQuarrie sous prétexte qu'il n'expose pas tous ces faits. Le rapport, dites-vous, ne renferme aucune donnée statistique, mais ces données existent. Si elles existent, pourquoi ne les soumettez-vous pas au Comité?

M. FULLER: A mon avis, monsieur, cette tâche revient au comité MacQuarrie.

L'hon. M. GARSON: Vous n'acceptez pas le rapport et, à la demande de votre association, vous avez eu l'occasion de montrer que ce rapport est dénué de fondement. Qu'est-ce qui vous empêche de présenter vos documents?

M. FULLER: On peut obtenir ces données du Bureau fédéral de la statistique.

L'hon. M. GARSON: Cela ne fait-il pas parti de votre thèse?

M. FULLER: Non, je ne le crois pas.

L'hon. M. GARSON: Professeur Fuller, si vous citez dans votre mémoire un seul fait ou témoignage canadien, voulez-vous me le signaler?

M. FULLER: Non, je n'en cite aucun; le rapport MacQuarrie n'en cite pas davantage.

L'hon. M. GARSON: Je parle de votre mémoire.

M. FULLER: Je ne reproche pas au comité MacQuarrie de n'avoir cité aucun témoignage canadien, mais bien de n'avoir cité que quelques témoignages d'autres sources.

L'hon. M. GARSON: Vous lui reprochez de n'avoir pas cité assez de témoignages américains ou britanniques.

M. FULLER: Oui, ou même français.

L'hon. M. GARSON: Je ne puis citer le mémoire McGregor, mais avez-vous eu le plaisir de l'entendre hier?

M. FULLER: Non, je ne l'ai pas entendu.

L'hon. M. GARSON: Dans ce cas, je ne puis vous demander ce que vous avez entendu.

M. CROLL: Vous le pouvez.

L'hon. M. GARSON: Non.

M. CROLL: Le mémoire en cause ne renferme-t-il une opinion que le témoin partage et sur laquelle vous pouvez l'interroger?

M. FLEMING: Puis-je dire un mot?

Le PRÉSIDENT: Le ministre n'a plus qu'une minute.

M. FLEMING: Alors...

L'hon. M. GARSON: J'espère que le temps pris par les interruptions ne m'est pas compté.

M. FLEMING: Pour moi, il est d'ores et déjà manifeste qu'il est absurde de ne pouvoir questionner un témoin comme celui-ci sur l'énoncé fait hier par M. McGregor. Nous nous privons par le fait même de l'avantage d'entendre certaines observations très utiles au Comité. Pourquoi nous en tenir rigoureusement à une règle dont le Comité n'a pas prévu toute la portée lorsqu'il l'a adoptée?

L'hon. M. GARSON: Je n'y vois aucun inconvénient.

M. FLEMING: J'aimerais poser quelques questions au témoin sur l'énoncé de M. McGregor.

L'hon. M. GARSON: J'ai déjà recueilli tout ce que j'aurais pu obtenir en citant l'énoncé de M. McGregor au témoin.

Pendant le temps qui me reste, je désire renvoyer M. Fuller à la page 15 de son mémoire, où il fait certaines observations sur un cas de fixation des prix de revente, celui de l'aspirine. Passant sous silence certains détails, je relève l'énoncé suivant: "sous le régime de la fixation des prix le consommateur peut acheter cent comprimés à 59c.; par ailleurs, par quantité de cent comprimés, l'aspirine de même qualité se vend à un prix aussi bas que 9c. le cent. Le consommateur n'est pas tenu d'acheter l'autre. Il a le choix. Il peut acheter les marques qui se vendent à meilleur compte dans presque toutes les pharmacies indépendantes ou à succursales".

Pouvez-vous me dire le nom du produit à 9c. qui est comparé à celui de 59c.?

M. FULLER: Aspirine. Je rappelle que l'emploi du mot aspirine est illégal au pays, à moins qu'il ne s'agisse de l'aspirine Bayer, nous avons donc tous tort d'employer ce mot.

L'hon. M. GARSON: Y compris vous-même?

M. FULLER: Oui, moi compris. L'idée générale c'est que l'aspirine, dont il s'agit ici, est, comme nous le savons tous, un éther d'acide mono-acétyle ou acide salicylique.

L'hon. M. GARSON: Oui?

M. FULLER: Le produit entre dans la catégorie qui n'a pas de marque de commerce; c'est ce qui le caractérise, soit à l'échelle privée, soit à l'échelle nationale.

L'hon. M. GARSON: On peut l'obtenir à 9c. le cent?

M. FULLER: Oui.

L'hon. M. GARSON: Cela comprend la marge de bénéfices du détaillant, celle du grossiste, le bénéfice du fabricant et le reste, n'est-ce pas?

M. FULLER: On trouve ces produits dans les magasins dont la pratique est de réduire les prix. J'ignore s'ils s'en servent à titre d'articles sacrifiés, mais je sais qu'ils utilisent souvent à cette fin les produits sans marque de fabrique.

L'hon. M. GARSON: Si ces produits se trouvent dans les magasins qui pratiquent la réduction des prix, avez-vous raison, ou est-il exact, de dire que "le consommateur a le choix". S'ils ne se trouvent pas dans tous les magasins, il n'a pas le choix.

M. FULLER: Il peut aller au magasin de son choix...

L'hon. M. GARSON: Il peut aller au magasin qui pratique la réduction des prix s'il en connaît l'endroit et se procurer le produit à 9c.?

M. FULLER: Oui.

L'hon. M. GARSON: Dans le cas que vous signalez, quels sont les prix canadiens équivalents, ou à quoi équivalent ces prix au Canada?

M. FULLER: C'est, je crois, 79c. et 19c.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Garson, votre dernière question.

L'hon. M. GARSON: Oui, monsieur, Le chiffre équivalent à 9c. est...

M. FULLER: 19c.

L'hon. M. GARSON: 19 cents?

M. FULLER: Oui.

L'hon. M. GARSON: Quel est le nom de ce produit au Canada?

M. FULLER: Je le répète, "aucune marque". Tous les fabricants ont des appareils à marquer les comprimés, ils inscrivent le nom de celui qui est dans le commerce, le mien ou un autre. Il peut s'agir d'une marque privée.

L'hon. M. GARSON: Une dernière question. Quelle est la proportion des pharmacies canadiennes où l'on peut obtenir ce produit à 19c.?

M. FULLER: Je l'ignore.

Le TÉMOIN: La totalité.

Le PRÉSIDENT: C'est maintenant votre tour, monsieur Thatcher. Je dois signaler, en toute justice, que M. Thatcher est diplômé de l'Université Queen's et qu'il a probablement suivi les cours d'économie de M. Mackintosh. J'ignore s'il a été reçu à l'examen.

M. THATCHER: Je n'ai que deux questions à poser, monsieur Fuller. Je voudrais d'abord me reporter à la page 9 de votre long mémoire.

Le PRÉSIDENT: Voulez-vous indiquer le sujet dont vous voulez parler?

M. THATCHER: "La législation serait injuste."

Le PRÉSIDENT: Au centre de la page.

M. THATCHER: Oui. Première ligne. "Mettre hors la loi la fixation des prix de revente équivaudrait pour le Gouvernement à adopter une mesure législative injuste au bénéfice des grandes entreprises et au détriment des petites." Certains membres du Comité semblent craindre surtout que l'abolition du régime des prix fixes cause un préjudice aux petits commerçants ou les réduisent à fermer effectivement leurs portes. J'aimerais connaître votre avis sur ce danger. Pouvez-vous étayer cette opinion sur des exemples pratiques?

M. FULLER: Je suis au courant dans la mesure ou, comme je le disais hier, j'en ai été moi-même victime il y a vingt-quatre ans. A mon avis, la mise hors la loi de la fixation des prix aura tendance à désavantager le petit détaillant par rapport au fabricant et à placer les grands magasins à rayons et à succursales dans une situation beaucoup plus avantageuse que celle dont ils jouissent aujourd'hui et mènera en fin de compte au monopole.

M. THATCHER: Pouvez-vous signaler des cas précis du genre qui se sont produits par le passé? Si ma mémoire est fidèle, vous avez dit, la semaine dernière que la fixation des prix était très rare dans le commerce pharmaceutique il y a une vingtaine d'années.

M. FULLER: Je ne sais si je puis citer un cas précis, mais je puis tracer le tableau général de ce qui s'est passé. Les grands magasins à rayons et à succursales, qui ont des filiales dans tout le pays et dont le volume des ventes est considérable, après avoir édifié le commerce, ont demandé une meilleure marge de bénéfices. Les fabricants leur ont consenti un supplément de 5 p. 100 à condition d'écouler les deux cinquièmes du rendement global de la fabrique. Revenant à la charge, ces magasins ont demandé un autre supplément de 10 p. 100 puis ont réduit les prix. Le petit détaillant a perdu son commerce aux mains des magasins à rayons au point de ne plus vendre l'article en cause. Les magasins à rayons et à succursales, étant dès lors seuls à vendre cet article, ont exigé un meilleur prix; toutefois, le fabricant ne peut leur accorder davantage sans renoncer à tous ses bénéfices. Ils refusent alors d'acheter de lui quoi que ce soit. Le fabricant est ainsi contraint de réédifier son commerce.

"Je vais acheter votre commerce", dit souvent le fabricant, de sorte qu'il y a là une intégration verticale à rebours qui tend à la formation d'un monopole. On a organisé, dit-on, pour cette raison, General Foods et Standard Brands afin qu'elles fussent en meilleure posture de négocier avec les magasins à rayons et à succursales qui essaient par la duperie d'obtenir de meilleures marges de bénéfice. Incapable de tenir le coup séparément, on a pu le faire grâce à la fusion.

M. THATCHER: Vous ne pouvez exposer au Comité des cas précis où, par le passé, la concurrence des magasins à succursales ou à rayons a contraint les pharmaciens à fermer leurs portes?

M. FULLER: Je ne puis fournir aucune statistique.

M. Fleming: Certains n'ont pas entendu la semaine dernière, le récit de sa propre aventure. Qu'il nous la raconte.

M. FULLER: En 1927, j'exerçais le commerce de la pharmacie à Brantford, à un demi-pâté de maisons de l'angle de la rue principale. Deux magasins à succursales se sont amenés au cours du même mois, et ont déclenché la guerre des prix, afin de s'accaparer le commerce de Brantford. Six d'entre nous ont fini par fermer boutique. J'ai été, je crois, le troisième à le faire; j'avais tenu le coup trois mois. Je ne pouvais plus vendre pour dix dollars, sauf le samedi où les ventes pouvaient s'élever à $25. On n'avait plus qu'à se demander, le cœur brisé, où étaient allés les clients.

M. THATCHER: La fixation des prix de revente était-elle alors en honneur?

M. FULLER: Elle n'existait pas alors.

M. THATCHER: A votre avis, si elle avait existé, les magasins à succursales n'auraient pu arriver à ce résultat.

M. FULLER: Ils n'auraient pas pu y arriver.

M. THATCHER: Depuis 1945, y a-t-il beaucoup d'anciens combattants qui ont établi des pharmacies?

M. FULLER: Oh, oui.

M. THATCHER: Pouvez-vous en préciser le nombre?

M. FULLER: Je n'en saurais donner le nombre pour le Canada, mais je crois que depuis trois ans ou même plus longtemps, la moitié et parfois les trois quarts des étudiants en pharmacie à l'Ontario College of Pharmacy étaient anciens combattants. Dans un an environ, ils seront dans le commerce.

M. THATCHER: M. McGregor a admis hier que certaines sociétés seraient contraintes de fermer leurs portes.

M. CROLL: Il a dit: Peut-être certaines sociétés.

M. THATCHER: A votre avis, quelles maisons seront probablement contraintes de fermer leurs portes, les magasins à succursales ou à rayons, ou le petit pharmacien?

M. FULLER: Sans la fixation des prix de revente, j'ose dire que ce sera le petit détaillant et je tiens à ajouter cette parole de quelqu'un qui fait autorité en la matière: "Ce n'est pas toujours le moins compétent qui, le premier est contraint de fermer ses portes."

M. THATCHER: Vous estimez que votre industrie est particulièrement sensible à la réduction déloyale des prix?

M. FULLER: Parfaitement.

M. THATCHER: D'après votre expérience dans le commerce pharmaceutique, croyez-vous que l'abolition de la méthode en cause menace les pharmacies dans leur rôle de centres d'hygiène publique?

M. FULLER: Certes, je le crois, monsieur.

M. CROLL: Mais pas dans la vente de la crème à la glace?

M. THATCHER: Le problème n'est pas si drôle pour certains anciens combattants qui peuvent en souffrir.

M. CROLL: Laissons de côté la question des anciens combattants.

M. THATCHER: En d'autres termes, par suite de l'abolition de la méthode, les petites pharmacies ne seraient peut-être pas en mesure de dispenser les mêmes services d'hygiène au public?

M. FULLER: C'est bien mon avis, car à mes yeux la pharmacie est une institution au service de la collectivité. Pour ce qui est des services à dispenser, il suffirait peut-être de six pharmacies pour répondre aux besoins de la population d'Ottawa; toutefois, celui qui voudrait faire exécuter une ordonnance le soir, le dimanche, ou un jour de congé, devrait franchir une distance de cinq milles à cette fin. La pharmacie doit être située dans le quartier afin de répondre aux besoins locaux en matière de santé, parce qu'il arrive qu'un délai d'une couple d'heures équivaut à une question de vie ou de mort, comme dans le cas d'un mal de gorge où il faut administrer à un enfant de la streptomycine, de l'auréomycine ou de la pénicilline.

M. STUART: Vous avez dit, je crois, que les escomptes consentis à l'égard des achats considérables faisaient grand tort au petit marchand?

M. FULLER: Oui.

M. STUART: N'est-ce pas la méthode en honneur au pays?

M. FULLER: Dans une certaine mesure.

M. STUART: La National Drug est une vaste organisation?

M. FULLER: C'est un établissement de gros et de fabrication.

M. STUART: Dans votre mémoire, n'avez-vous pas cité les prix de la National Drug et d'autres maisons?

M. FULLER: Non, monsieur, je ne me rappelle pas avoir mentionné la National Drug Company.

M. STUART: Mais certains articles que vous avez énumérés sont produits par la National Drug et les prix en sont conformes à ceux dont votre mémoire fait mention?

M. FULLER: Je n'ai signalé absolument aucun prix de la National Drug.

M. STUART; Peut-être la National Drug a-t-elle des filiales dans tout le Canada.

M. FULLER: Elle a des magasins de gros dans chaque province.

M. STUART: Savez-vous si dans sa réclame elle a offert aux pharmaciens une marge de bénéfice de 40 à 50 p. 100 afin de les amener à acheter ses produits?

M. FULLER: La chose est possible, mais je l'ignore. Je m'attendais à être interrogé sur les détails que renferme le mémoire. Ce détail n'y est pas.

Le PRÉSIDENT: C'est très juste.

M. STUART: J'ai posé la question à M. Preston.

Le PRÉSIDENT: Le point que soulève M. Stuart vient de ce que nous avions pensé que les chiffres cités par vous étaient représentatifs.

M. FULLER: Est-ce que cela comprend la National Drug?

Le PRÉSIDENT: Si la National Drug est établie dans chacune des provinces du Canada, il peut nous sembler étrange que la statistique qui s'y rapporte ne figure pas ici.

M. STUART: Je ne cite rien, je ne fais que demander votre opinion.

L'hon. M. GARSON: Le témoin dit que ces chiffres sont compris.

M. STUART: Ces bénéfices énormes, à mon avis, du moins, sont-ils à l'avantage du consommateur ou du détaillant?

M. FULLER: Cette question s'adresse-t-elle à moi?

M. STUART: Oui.

M. FULLER: Je nie que les bénéfices soient énormes. En premier lieu, j'ai signalé que le bénéfice brut dépend de la marge établie sur les marchandises, du volume, du chiffre d'affaires; tous ces facteurs ensemble donnent un chiffre qu'on souhaite voir dépasser ses frais. Il n'est pas juste de parler simplement de 40 ou 50 p. 100. Par exemple, on peut acheter une livre de sels d'Epsom à 10c. et les vendre en paquets de 5c. ou de 10c.; la marge de bénéfice est élevée, mais il faudrait en vendre une tonne par jour pour s'enrichir. Cela ne veut absolument rien dire quand il faut payer un loyer et un personnel.

M. STUART: Ces bénéfices que je persiste à croire énormes portent-ils de quelque façon le détaillant à stimuler la vente d'une certaine marque de marchandises?

M. FULLER: Peut-être. Chaque marchand doit établir son propre programme d'achats.

M. STUART: Lorsque le bénéfice du détaillant dépasse le prix fixé par le fabricant, ne trouvez-vous pas que c'est un bénéfice énorme?

M. FULLER: Dépasse quoi?

M. STUART: Je puis vous indiquer des articles qui coûtent 19c. et qu'on vend 40c., d'autres qui coûtent 98c. et qu'on vend $2. Cette marge de bénéfice dépasse certainement le prix établi par le fabricant.

M. FULLER: C'est possible, mais il peut envisager la situation à la lumière de l'observation que j'ai déjà faite: si vous ne vendez un article qu'une seule fois par année ou par mois, vous ne faites pas un gros bénéfice. S'il reste six mois sur vos tablettes, vous pouvez même perdre de l'argent. Tout dépend de l'élément temps.

M. STUART: Vous ne trouvez pas qu'un bénéfice de 54 p. 100 est énorme?

M. FULLER: Non.

M. STUART: Faites-vous un bénéfice de 40 à 50 p. 100?

M. FULLER: Non, j'ai cité des chiffres dans mon mémoire.

M. STUART: Pourquoi ne juge-t-on pas énorme un tel bénéfice?

M. FULLER: On réalise seulement 14 p. 100 sur le tabac et peut-être 40 p. 100 sur d'autres articles, ce qui donne une moyenne de 32 ou 33 p. 100.

M. STUART: Je veux parler des pharmacies.

M. FULLER: Il se vend beaucoup de cigarettes dans les pharmacies.

Le PRÉSIDENT: Sauf erreur, ces marges de bénéfices sont calculées sur le prix de vente?

M. FULLER: Oui.

M. FLEMING: Les taxes de vente et d'accise sont-elles comprises dans le prix établi par le fabricant; le chiffre qu'il a cité comprend-il ces taxes?

M. FULLER: Je crois qu'elles sont comprises.

M. STUART: En répondant à une question, il me semble que vous avez dit ceci: "La concurrence n'empêcherait pas les prix de monter."

M. FULLER: Est-ce à moi que vous posez cette question, monsieur?

M. STUART: Oui, je crois qu'en répondant à M. Carter, M. Preston a dit que la concurrence n'empêcherait pas les prix de monter.

Le TÉMOIN: Quelqu'un m'a demandé si, dans le cas où l'on abolirait la fixation du prix de revente, les prix des marchandises sans marque de fabrique augmenteraient, et j'ai répondu: assurément.

M. STUART: Pouvez-vous fonder votre opinion sur quelque preuve concrète?

Le TÉMOIN: Simplement parce qu'on vise à conserver un bénéfice brut moyen de 33 p. 100, comme nous ne cessons de le répéter; si l'on perd sur un article, il faut se reprendre sur d'autres. Le bénéfice réalisable sur les marchandises à prix imposés est d'environ 25 p. 100. S'il baissait de 5 p. 100 ou moins, il faudrait naturellement vendre les autres marchandises plus cher afin d'assurer un bénéfice, sans quoi il faudrait renoncer aux affaires.

M. STUART: Vous dites que vous visez à réaliser un certain bénéfice sur l'ensemble des ventes?

M. FULLER: Nous essayons.

M. STUART: Si la fixation du prix de revente était abolie, ces bénéfices de 40 à 55 p. 100 au détail seraient-ils réduits de quelque façon ou demeureraient-ils les mêmes qu'actuellement?

M. FULLER: Vous parlez de la National Drug et des marchandises à marque de fabrique?

M. STUART: Je ne sais pas, je ne suis pas pharmacien, mais j'imagine que nombre de produits de la National Drug sont connus à travers le Canada.

Le TÉMOIN: Ce sont vraiment ce qu'on appelle des produits de marque; chaque pharmacien ne vend pas tous ces produits. Je répéterai ici que si le fabricant préfère accorder au détaillant un escompte plus élevé en vue d'obtenir sa collaboration, au lieu de dépenser de l'argent pour sa publicité à la radio ou dans les journaux, c'est son affaire. Le pharmacien n'a rien à voir aux prix, qui sont déterminés par le fabricant, à qui il appartient de décider comment il dépensera son argent: en offrant des radios et des automobiles ou des escomptes.

M. STUART: Voici ma dernière question: à tout prendre, le pharmacien poussera la vente des produits de marque à l'égard desquels on lui offre une marge de bénéfice dépassant la moyenne. Est-ce exact?

Autrement dit, si l'on vous assure un bénéfice de 54 p. 100 sur un produit, vous essaierez de vendre au client ce produit plutôt que l'article équivalent sur lequel le bénéfice n'est que de 25 p. 100?

Le TÉMOIN: Non, monsieur, je serais beaucoup plus porté à vendre un produit de réputation nationale, à prix imposé, et sur lequel je ne fais que 20 ou 30 p. 100 de bénéfice, que l'article qui n'a pas de marque de commerce: on en vend davantage, il y a plus d'argent à faire et le prix est imposé. Le produit est annoncé dans tout le pays et, grâce à cette publicité, le client en est déjà entiché quand il entre dans mon magasin; c'est ainsi qu'on fait plus d'affaires et qu'on a plus de clients, sans s'inquiéter des marchandises qui n'ont pas de marque de fabrique.

M. STUART: Je ne poserai qu'une seule question: pourquoi la National Drug assure-t-elle ce que je considère des bénéfices énormes aux pharmaciens qui vendent ses produits?

Le TÉMOIN: C'est la ligne de conduite du fabricant.

M. MURRAY: Je n'ai pas de question à poser au témoin, mais j'ai une observation à faire. Pharmacien détaillant depuis trente-deux ans, cette question m'intéresse au premier chef, non seulement du point de vue du pharmacien, mais également de celui du public. Je tiens à dire, ce matin, qu'il est devenu évident que certains organismes de pharmaciens seront peut-être empêchés de donner d'autres témoignages. Nous avons ici le président de la Drug Trading Company, qui compte 1,500 membres. M. Gould est pharmacien détaillant. Étant donné que nous avons entendu hier l'exposé de l'aspect théorique de cette question, je me demande si je pourrais proposer au Comité d'entendre M. Crawford Gould, président de la Drug Trading Company.

Le PRÉSIDENT: Comme je l'ai souligné, nous avons ici des représentants de la Canadian Pharmaceutical Association; s'ils désirent obtenir le concours de la Drug Trading ou de tout autre détaillant, comme M. Preston a invité le professeur Fuller à l'aider dans son témoignage, c'est très bien. La présence ici du président de cette société n'est pas une raison pour qu'il s'attende à témoigner ce matin. S'il en était ainsi, la chambre du Comité serait pleine de gens qui nous ont envoyé des télégrammes.

M. CROLL: Si l'Association tient à le faire témoigner, nous serons heureux de le questionner.

Le PRÉSIDENT: Ces représentants nous sont arrivés avec leur mémoire et ils sont parfaitement libres de décider.

M. MACINNIS: Il ne s'agit pas seulement de ce que ces témoins veulent faire, mais de ce que les membres du Comité attendent de ces témoins. Plusieurs

membres leur ont posé des questions et il peut y en avoir d'autres qui veulent les interroger.

Le PRÉSIDENT: J'entends laisser la parole aux témoins qui sont ici, M. Preston et son conseiller. M. Gould peut s'asseoir à leur côté s'il le veut.

M. MACINNIS: MM. Preston et Fuller ont tous deux, dans leur mémoire, grandement insisté sur ce que l'interdiction de la fixation du prix de revente favoriserait la pratique de l'article sacrifié. Voulez-vous définir ce qu'est un article sacrifié?

M. FULLER: Je ne crois pas avoir utilisé le mot "article sacrifié" dans mon mémoire. J'ai décrit les différentes sortes de concurrence, concurrence ruineuse, concurrence de favoritisme et ainsi de suite. A mon sens, ce genre de concurrence est un peu plus intense que la concurrence qui repose sur "l'article sacrifié". Je crois qu'il est difficile de définir, au sens juridique ou technique, ce qu'on entend par article sacrifié.

M. MACINNIS: Approuvez-vous la réponse donnée par le professeur Fuller?

Le TÉMOIN: Il a dit que c'était difficile.

M. GOULD: Monsieur le président, à titre de détaillant effectivement en affaires, je crois qu'un article sacrifié est celui qu'on vend à un prix inférieur au prix d'achat grossi des frais généraux.

M. MACINNIS: Dans votre commerce, à quel pourcentage correspondent les frais généraux?

M. GOULD: La moyenne, à mon sens, est de 24 à 25 p. 100.

M. MACINNIS: D'après vous, l'article sacrifié est celui qui rapporte moins de 24 p. 100 de bénéfice?

M. GOULD: Tout article sur la vente duquel on perd de l'argent.

M. MACINNIS: Monsieur Fuller, vous avez parlé de ce qui vous était arrivé en 1927, alors que vous exerciez la pharmacie; Savez-vous le nombre de faillites enregistrées au Canada cette année-là? A-t-il été élevé ou faible?

M. FULLER: Je ne m'en souviens pas, monsieur. C'était avant la crise économique commencée en 1929 et en 1930. Je répète que mes affaires allaient bien jusqu'alors.

M. MACINNIS: Je crois qu'il serait intéressant d'obtenir le nombre des faillites, car, à mon sens, si tant de maisons sont demeurées en affaires l'année dernière, ce n'est pas nécessairement en raison de la fixation du prix de revente. J'ai ici le nombre de faillites pour le dernier trimestre de l'année 1950, selon les chiffres publiés par le Bureau fédéral de la statistique. J'ai aussi le nombre des faillites, au Canada, de 1923 à 1950. Je remarque qu'en 1927, année dont M. Fuller a parlé, le nombre de faillites s'élève déjà à 1,841. Il augmente un peu en 1928, puis un peu plus l'année subséquente. Il continue de s'accroître jusqu'en 1933 environ, je crois, alors qu'il atteint le sommet. Mais, si l'on compare les 1,841 faillites de 1927 avec les 545 de 1947, il faut reconnaître que la fixation du prix de revente n'est pas le seul élément qui influe sur les faillites.

M. FULLER: Nous n'avons pas prétendu, monsieur, que la fixation du prix de revente est seule responsable du succès ou de la faillite d'un marchand, mais cette pratique peut certes contribuer à le maintenir en affaires quand il y a guerre des prix.

M. MACINNIS: Quand c'est l'acheteur qui commande les prix. Cependant, reconnaissez-vous que, dans les circonstances actuelles, où c'est le vendeur qui commande les prix, il est assez bien protégé? Mais qu'arrive-t-il quand c'est l'acheteur qui commande les prix?

M. FULLER: Je ne dirais pas qu'il est bien protégé simplement parce que nous sommes en marché dominé par les vendeurs et qu'il peut se tirer d'affaire sans la fixation du prix de revente.

M. MACINNIS: Voulez-vous dire alors que la fixation du prix de revente a tendance à maintenir dans certains commerces plus de marchands qu'il n'est nécessaire pour répondre aux besoins essentiels de la collectivité?

M. FULLER: Non, monsieur, je dirais le contraire. J'ai signalé dans mon mémoire, en citant les chiffres que j'ai pu obtenir, qu'aux États-Unis il y a 8,000 magasins de moins, je crois, depuis qu'on y a légalisé la fixation du prix de revente.

M. MACINNIS: Alors, quand il s'agit d'incapables, peu importe que les prix soient fixés ou non. Est-ce votre idée?

M. FULLER: Non, je ne dis pas cela. Je crois que j'ai réussi en affaires jusqu'au jour où les magasins à succursales multiples ont déclenché une guerre des prix contre laquelle personne n'a pu tenir. Un homme, dans ma ville, avait quatre magasins. Il n'en a plus qu'un, ayant dû fermer les trois autres.

M. FLEMING: C'est une question de ressources financières.

M. FULLER: C'est une question de ressources financières, et non pas de compétence.

M. MACINNIS: Eh bien, c'est l'entreprise libre.

M. FULLER: Considérons la question de la façon suivante: si l'on veut avoir l'entreprise libre telle que la conçoit Adam Smith, ayons-la entièrement, sans ingérence de l'État dans les affaires; que ce soit la liberté du commerce.

M. MACINNIS: J'ai été frappé d'une réponse qu'on a donnée en disant que le détaillant n'a rien à voir au prix établi par le fabricant. Est-ce exact?

M. FULLER: C'est exact.

M. MACINNIS: Alors, le détaillant n'est plus un marchand indépendant; il devient simplement un agent du fabricant dont il vend au détail les articles à prix imposé.

M. FULLER: C'est un distributeur.

M. MACINNIS: C'est un distributeur, mais il n'a pas de latitude.

M. FULLER: Il en a quant aux articles qu'il vendra.

M. MACINNIS: Autrement dit, il vend à un prix qui tient compte de ses frais généraux. Est bien cela?

M. FULLER: Pas nécessairement.

M. MACINNIS: Eh bien, dans quelle situation se trouve-t-il?

M. FULLER: Il n'est pas tenu de vendre au prix imposé; il peut vendre plus cher s'il le veut. On lui propose un prix à maintenir.

M. MACINNIS: Qu'entendez-vous ici par "propose"?

M. FULLER: Un prix au-dessous duquel on nous propose de ne pas vendre.

M. MACINNIS: On vous propose simplement de ne pas vendre au-dessous de ce prix. Qu'arrive-t-il si vous vendez au-dessous du prix proposé?

M. FULLER: On peut, si on le désire, refuser de vendre.

M. MACINNIS: Vous parlez du détaillant. Mais que fera le fabricant si le détaillant vend au-dessous du prix proposé?

M. FULLER: Il peut refuser de vendre.

M. MACINNIS: Oui, mais si le détaillant vend au-dessous du prix proposé, qu'arrive-t-il alors?

M. FULLER: Le fabricant peut refuser de lui vendre d'autres marchandises.

M. MACINNIS: En réalité, qu'arriverait-il s'il refusait de lui vendre?

M. FULLER: C'est déjà arrivé.

M. MACINNIS: La fixation du prix de revente n'est donc pas rigoureuse; cela dépend du fabricant.

M. FULLER: Ce n'est pas une loi.

M. MACINNIS: Non, non, je ne parle pas de loi. Je veux savoir dans quelle mesure le détaillant est indépendant pour ce qui est de la vente des produits à prix imposé. Aussi, comment s'y prend le fabricant pour faire respecter ce que vous appelez un prix proposé?

M. FULLER: Il peut refuser de vendre ses marchandises, ses marchandises à marque de fabrique.

M. MACINNIS: Mais le ferait-il?

M. FULLER: Il le ferait si le détaillant s'entêtait, probablement parce qu'il croit avoir le droit de protéger sa marque de fabrique.

Le PRÉSIDENT: Ce sera votre dernière question, monsieur MacInnis.

M. MACINNIS: Si le détaillant s'entêtait, s'il vendait au-dessous du prix imposé, quelles mesures prendrait d'abord le fabricant?

M. HEES: Le détaillant recevrait une lettre.

M. FULLER: Le fabricant essaierait de convaincre le détaillant qu'il est dans l'intérêt de son produit de le vendre au prix proposé.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur MacInnis.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): J'aimerais poser quelques questions au témoin. Peut-il exister des pharmaciens indépendants sous le régime de la fixation du prix de revente?

M. GOULD: Nous sommes nombreux.

L'hon. M. BEAUBIEN: J'entends des pharmacies indépendantes, où l'on peut agir à sa guise dans son propre magasin.

M. GOULD: Oui.

L'hon. M. BEAUBIEN: Comment cela s'accorde-t-il avec la réponse que vous venez de donner? Si le pharmacien détaillant vend des marchandises à un prix inférieur au prix imposé, qu'advient-il de son indépendance?

M. GOULD: Il n'est pas obligé de vendre ces marchandises.

L'hon. M. BEAUBIEN: Mettons qu'il vende au-dessous du prix établi par le fabricant et que celui-ci lui adresse une lettre pour essayer de le persuader de s'en tenir au prix imposé; s'il décide de passer outre et de continuer à vendre ces marchandises au-dessous du prix imposé et si le fabricant ne lui livre plus de ces marchandises, il n'a plus d'indépendance?

M. GOULD: Pas nécessairement.

L'hon. M. BEAUBIEN: Parce qu'il ne peut plus obtenir ces marchandises.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Golding, il y a un moment vous avez semblé vouloir vouloir poser une question.

L'hon. M. GOLDING: Non pas, monsieur le président, mais puisque vous en parlez maintenant, j'en poserai une. J'aimerais savoir ce qui arrive à partir du moment où vous avez quitté votre entreprise de Brantford, monsieur Fuller. Qu'est-il arrivé, dans le domaine des prix, après que ces magasins indépendants, comme le vôtre, eurent été forcés de renoncer aux affaires?

M. FULLER: Je ne peux répondre, monsieur, car je me suis établi aux États-Unis six semaines plus tard; je n'ai pas suivi la tendance des prix au Canada à partir de ce temps-là.

L'hon. M. GOLDING: Vous ne l'avez pas suivie après ce moment-là.

M. FULLER: Non.

L'hon. M. GOLDING: Un grand nombre de témoignages rendus ici peuvent, je crois, laisser croire au Comité que la pharmacie est vraiment un commere qui enrichit vite, une vraie mine d'or. J'ai ici le rapport du Bureau fédéral de la statistique sur les résultats d'exploitation des grossistes. Je donne lecture au Comité d'un passage qu'on trouve à la page 907 de l'Annuaire du Canada 1950 et qui se lit ainsi qu'il suit:

> Ces statistiques permettent aux commerçants de comparer leurs propres opérations à la moyenne de leur genre de commerce et d'évaluer l'efficacité de leur exploitation ou de découvrir ou peuvent être effectuées des économies. Les dépenses sont groupées sous trois chapitres: ventes; entreposage et livraison; frais généraux et administration; un classement additionnel des postes de dépenses est fait sous chaque chapitre. Les résultats sont présentés par groupe, selon l'importance des ventes, pour chaque genre de commerce. Outre le chiffre des profits et pertes, il existe aussi des renseignements sur la composition des ventes, la répartition des ventes, l'aire et autres facteurs qui influent sur les proportions relatives aux opérations.

Voici, pour l'année 1947, les proportions relatives aux opérations de genres particuliers de commerce de gros; la première colonne donne le coût des marchandises vendues; la deuxième, le profit brut; puis on déduit de ce profit brut les frais de ventes, frais d'entreposage et de livraison, frais généraux et d'administration, ensuite vient la colonne du bénéfice net d'exploitation. Au poste épicerie, on trouve que le bénéfice net d'exploitation est de 1·68 p. 100; à celui des fruits et légumes, 1·36 p. 100; tabac et confiserie, 1·68 p. 100; mercerie, 4·51 p. 100; tissus à la pièce, 7·49 p. 100; chaussures, 2·58 p. 100; pièces d'outillage automoteur, 5·74 p. 100; quincaillerie, 6·61 p. 100; fournitures de chauffage et de plomberie, 8·86 p. 100; et produits pharmaceutiques, 2·15 p. 100. Ce tableau que contient le rapport du Bureau fédéral de la statistique qui indique le bénéfice net réalisé dans ces genres particuliers de commerce. Il en ressort que les pharmaciens n'ont pas trop abusé du public.

Le PRÉSIDENT: Quelle est votre question, sénateur?

L'hon. M. GOLDING: C'est tout. Je voulais énoncer ces faits.

M. FLEMING: M. Fuller aurait-il des observations à formuler à ce sujet?

L'hon. M. GOLDING: Je demande à M. Fuller s'il reconnaît l'exactitude de ces faits?

M. FULLER: Je crois que vous avez parfaitement raison de dire que nous n'abusons pas du public.

Le PRÉSIDENT: M. Jutras.

M. JUTRAS: Monsieur Fuller, je veux simplement revenir un instant à votre allusion à Adam Smith. Je crois que vous avez formulé là une observation qui a dépassé votre pensée, du moins j'en ai eu l'impressoin, en donnant à entendre qu'il y a aujourd'hui beaucoup d'ingérance de l'État dans les affaires. Est-ce bien là votre opinion?

M. FULLER: Oui, et je le crois franchement.

M. JUTRAS: Diriez-vous que cette ingérence est plus marquée au Canada qu'aux États-Unis?

M. FULLER: Il me faudrait étudier la question davantage.

M. JUTRAS: A la page 16 de votre mémoire, quand vous citez les conclusions de votre auteur, Oxenfeldt, vous dites, dans la huitième conclusion:

> On peut dire que les prix font l'objet d'une règlementation considérable de l'État, mais de très peu d'ingérence de sa part.

Je suis porté à croire que c'est à peu près la même chose au Canada?

M. FULLER: Je ne tiens pas à me prononcer. Je vais vous dire pourquoi j'ai cité dans le mémoire les 12 conclusions d'Oxenfeldt. J'aurais voulu citer tout son ouvrage dans le mémoire. Je soutenais au début que le comité MacQuarrie ne s'était pas servi de toute la documentation disponible, qu'il avait cité des passages de l'ouvrage d'Oxenfeldt séparés de leur contexte. Tout de suite après avoir cité la déclaration d'Oxenfeldt, qui a été copiée du rapport de la Federal Trade Commission, le comité MacQuarrie a tiré une conclusion,—et je recalerais ici encore une fois l'étudiant pour avoir tiré une conclusion fausse de la statistique,—et c'est pourquoi j'ai ajouté les 12 conclusions au mémoire, afin de montrer qu'Oxenfeldt n'a pas tiré la même conclusion que celle du comité MacQuarrie.

M. JUTRAS: A ce sujet précisément, je ne mentionne pas le comité Mac Quarrie, mais c'est Oxenfeldt qui en est venu à la conclusion qu'il y avait, de la part de l'État, très peu d'ingérence dans les affaires. Vous dites qu'il y en a beaucoup au Canada?

Le PRÉSIDENT: Je ne crois pas qu'il ait dit cela.

M. FULLER: Je n'ai pas voulu dire l'ingérence de l'État.

M. JUTRAS: C'est justement ce que je cherche à savoir. Ce que j'ai compris, c'est qu'il existe beaucoup d'ingérence de l'État dans le commerce.

M. FULLER: Disons l'aide, le concours ou l'assistance de l'État. Je n'ai pas personnellement utilisé le mot "ingérence" dans le sens où l'entend Adam Smith. Pour lui, si l'État intervient dans le domaine du commerce, il porte atteinte aux droits des hommes d'affaires. Je ne partage pas cette opinion. L'État aide l'homme d'affaires dans de très nombreux cas.

M. JUTRAS: Reconnaissez-vous que l'État protège l'homme d'affaires beaucoup plus qu'il ne s'ingère dans son commerce?

M. FULLER: Oui, je le reconnais.

L'hon. M. HORNER: Je n'ai pas assisté à toutes les séances du Comité et peut-être a-t-on déjà étudié cet aspect de la question. Que les fabricants soient intéressés à imposer un prix à l'égard des articles de marque, n'est-ce pas dû à des mésaventures qui leur sont arrivées dans le passé, alors qu'ils n'auraient pu percevoir le prix de commandes livrées à des gens ne possédant ni la pratique ni le sens des affaires? Il a pu leur arriver, dans le passé, de ne pas réussir à se faire payer. Grâce à cette pratique de la fixation du prix de revente, ils sont assurés, non seulement de garder leur clientèle, mais d'être payés.

M. FULLER: Je crois qu'il y a beaucoup de vrai dans ce que vous venez de dire. Les pharmaciens sont par définition des hommes de profession et non pas des hommes d'affaires; ils n'ont pas été formés aux affaires. L'impression du prix de détail sur les spécialités médicales remonte à 150 ans, alors que c'était de pratique courante à Philadelphie. C'est peut-être en dehors de la question, mais la formation commerciale des pharmaciens a été négligée dans les écoles de pharmacie, sauf peut-être une demi-douzaine d'exceptions, et ce n'est que depuis récemment qu'on tente, au Canada, de les instruire en vue d'en faire de meilleurs hommes d'affaires.

L'hon. M. HORNER: Est-ce là une des raisons pour lesquelles les fabricants ont eu recours à la fixation du prix de revente?

M. FULLER: Oui, ce sont de mauvais risques.

Le PRÉSIDENT: C'est le moment de procéder peut-être à une deuxième série de questions, ou à une synthèse par l'avocat du Comité.

L'hon. M. FOGO: Je veux demander à M. Gould comment on en arrive à ce prix proposé. Comment s'établit ce prix proposé? Comment est-il imposé?

M. GOULD: Voici, au meilleur de ma connaissance. Quand un fabricant lance un produit, il encourt certains frais; son prix de vente est basé sur ces frais. S'il est lui-même un distributeur grossiste ou s'il vend son produit par l'entremise du grossiste, il prévoit une certaine marge de bénéfice pour le grossiste, et c'est sur cette base que s'établit son prix de revente.

L'hon. M. FOGO: Mais à titre de détaillant, quelles dispositions prend-on à votre égard?

M. GOULD: Les dispositions qu'on prend à mon égard?

L'hon. M. FOGO: Comment vous met-on au courant? Comment cela se passe-t-il?

M. GOULD: On nous propose tout smiplement que nous vendions tel produit à un certain prix.

L'hon. M. FOGO: Mais quelle forme revêt cette proposition?

M. GOULD: On nous avise simplement du prix, de vive voix ou par la poste.

L'hon. M. FOGO: Signez-vous un contrat?

M. GOULD: Il peut parfois y avoir un contrat dans le domaine de la pharmacie, mais cela arrive très rarement. En ce qui concerne les marchands indépendants, je crois qu'on peut franchement dire que nous sommes aussi indépendants que le membre d'un syndicat à qui l'on dit quel prix il doit demander de ses services.

L'hon. M. FOGO: Mais, dans votre cas, vous a-t-on déjà présenté un contrat à signer?

M. GOULD: Je crois avoir un contrat qui remonte à plusieurs années. Je me demande si je pourrais aujourd'hui le retrouver.

L'hon. M. FOGO: Il est encore en vigueur?

M. GOULD: Il est encore en vigueur.

L'hon. M. FOGO: Précise-t-il la sanction dont vous êtes passible si vous ne respectez pas le prix minimum?

M. GOULD: Je ne puis vous répondre. Je ne l'ai pas lu depuis des années. J'ignore même si je l'ai encore.

L'hon. M. FOGO: Mais vous ne l'avez enfreint, ni n'avez eu à en connaître très bien le contenu.

M. GOULD: Non.

L'hon. M. FOGO: Alors, en général, monsieur Gould, je conclus de ce que vous dites que le prix proposé ne fait pas l'objet d'un document spécial; c'est plutôt un avis que vous donne le fabricant ou le distributeur au sujet du prix convenu. Ce renseignement peut vous être communiqué par le vendeur, le commis voyageur, ou par un avis, un prix-courant ou autrement?

M. GOULD: Parfaitement.

L'hon. M. FOGO: Vous n'êtes pas, en général, tenu de signer une promesse de vendre au prix déterminé?

M. GOULD: Non.

L'hon. M. FOGO: Mais il est entendu que vous le ferez? Monsieur Gould, peut-être pouvez-vous répondre à cette question, bien qu'on ait pu déjà y répondre. Il existe des ventes à 1c. Je ne connais pas très bien le commerce des

produits pharmaceutiques, mais je constate de temps en temps que certaines pharmacies font des ventes à 1c. au cours desquelles elles vendent deux articles au prix d'un plus 1c. Est-ce là un article sacrifié?

M. GOULD: Je dois dire que je n'ai jamais lancé de vente à 1c.

L'hon. M. FOGO: Cette pratique est restreinte à certains magasins?

M. GOULD: Je ne suis pas un agent de la société en cause, mais c'est ce qu'on appelle une campagne commerciale, une campagne de ventes; la société veut ainsi faire mieux connaître ses produits au public, au lieu de recourir à la publicité à l'échelle nationale, comme tant d'autres le font.

L'hon. M. FOGO: D'après votre définition de la vente d'un article à un prix inférieur aux frais généraux, ne peut-on pas dire qu'il s'agit là d'un article sacrifié?

M. GOULD: Je ne puis vraiment pas répondre, car j'ignore quel est son prix de vente aux marchands.

L'hon. M. FOGO: Vous ne savez pas quelles sont les dispositions arrêtées entre les fournisseurs et les détaillants qui font de telles ventes?

M. GOULD: Non.

L'hon. M. FOGO: Eh bien, cela répond à ma question.

Le PRÉSIDENT: Sénateur Burchill?

L'hon. M. BURCHILL: Monsieur Gould, depuis combien d'années vous occupez-vous du commerce au détail des produits pharmaceutiques?

M. GOULD: A titre de détaillant? Vous voulez dire depuis combien de temps je suis en affaires?

L'hon. M. BURCHILL: Oui.

M. GOULD: J'en suis à ma trente-deuxième année.

L'hon. M. BURCHILL: D'après votre expérience, vos connaissances pratiques de la vente et de tout ce qui y touche, pensez-vous qu'en qualité de détaillant, vous subiriez les répercussions de la loi, si l'on en adoptait une tendant à abolir la fixation du prix de revente?

M. GOULD: Certainement.

L'hon. M. BURCHILL: Vous en subiriez les répercussions à titre de pharmacien détaillant. Voyez-vous, et que le président m'interrompe si je m'éloigne trop du sujet, en qualité de détaillants, nous nous inquiétons de ce rapport et de toute loi qui en découlerait. En effet, le rapport prétend que ce qu'on appelle communément la pratique de l'article sacrifié n'est pas dans l'intérêt du public en général. Et pourtant il ne propose aucun remède.

Or, la fixation du prix de revente,—peut-être pourrions-nous dire à plus juste titre "le commerce équitable",—a constitué une façon de corriger ce mal, car on admet que c'en est un. Nous ne croyons pas que le Gouvernement désire établir ou contribuer à établir une mesure qui pourrait se révéler néfaste. J'ai connu les deux régimes.

On a posé certaines questions, par exemple: Que pouvons-nous faire devant la menace de l'article sacrifié ou de la vente au rabais?

Si, dans mon magasin, je vends une marchandise de marque dont le prix, de l'Atlantique au Pacifique, est de 59c. et que je l'offre à l'occasion d'une vente, à 49c., c'est très bien. Mais il faut quand même récupérer ce bénéfice afin d'acquitter les frais généraux. Nos frais généraux sont fixes et nous ne pouvons pas, de nos jours, les réduire facilement. La main-d'œuvre est coûteuse, ce dont nous nous réjouissons, car lorsque les salaires sont élevés, la propriété est générale. Notre main-d'œuvre coûte très cher, plus que jamais auparavant, mais nous ne chicanons pas là-dessus.

Cependant, j'établirai le prix du même article à 59c. ou à 69c. durant les autres jours de la semaine. Je le dis parce telle était l'habitude il y a plusieurs années.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous d'autres questions à poser, sénateur?

M. CROLL: Monsieur le président, j'ai une résolution que je crois opportune en ce moment, après ce qu'a dit M. Gould. Je crois qu'il manquerait quelque chose à l'exposé de la question dont le comité est saisi, si nous nous abstenions d'étudier ce qu'il appelle un article sacrifié. C'est pourquoi je propose, appuyé par M. Jutras,...

Le PRÉSIDENT: Un moment.

M. CROLL: Je veux simplement proposer une résolution. Je ne m'attends pas à ce qu'on y donne suite immédiatement, mais je crois que c'est le temps de vous la soumettre en vue de donner au Comité...

Le PRÉSIDENT: En toute justice, nous n'en sommes pas rendus à nous occuper de résolutions afférentes à l'objet de l'enquête. Nous en sommes encore à l'audition des témoins. Il me semble que c'est une question qui est de la compétence du sous-comité d'organisation.

M. CROLL: Non, non, monsieur le président. Je vous soumets la proposition afin que vous en saisissiez le sous-comité d'organisation; vous en ferez ce que vous voudrez. J'aurais pu attendre jusqu'à ce que vous mettiez un terme à l'audition des témoins, mais on aurait alors crié: "Nous n'avons pas eu l'occasion de discuter cette question."

Je vous la soumets et vous en ferez ce que bon vous semblera.

Le PRÉSIDENT: Vous la considérez comme un avis de motion?

M. CROLL: Oui.

Le PRÉSIDENT: Et non sujet à discussion?

M. CROLL: Oui.

Le PRÉSIDENT: Le sous-comité d'organisation décidera à quel moment la soumettre à l'étude du comité principal.

M. CROLL: Parfaitement.

Je propose, appuyé par M. Jutras:

1. Nul marchand ne doit vendre ou offrir en vente, directement ou indirectement, un article à moins de 5 p. 100 de plus que le prix de revient.
2. La présente disposition ne s'applique pas aux ventes suivantes:
   a) marchandises endommagées ou marchandises constituant le solde d'un article discontinué ou hors de saison;
   b) ventes effectuées à des fins de charité ou au profit d'organismes de secours;
   c) marchandises périssables qui doivent être vendues promptement, afin d'en prévenir la détérioration et la perte qui en résulte;
   d) marchandises écoulées au cours de ventes véritables de soldes, si elles sont annoncées, si les prix en sont marqués et si elles sont vendues comme telles.
   e) marchandises vendues lors de la liquidation définitive de toute entreprise commerciale, lorsqu'elles sont annoncées, que les prix en sont marqués et qu'elles sont vendues comme telles.
   f) ventes effectuées en vertu de la loi de faillite ou de la loi des liquidations, ou en vertu d'une injonction de la cour.
3. "Prix de revient" signifie le prix facturé au marchand authentique ou le coût de remplacement, selon celui qui est le moins élevé, moins les remises pour paiement comptant ou achat en quantité, plus les droits d'accise et les taxes de ventes, s'il en est

4. Les mots "directement" ou "indirectement" visent à inclure les pratiques commerciales auxquelles on recourt en éludant la loi, comme les
   a) ventes mixtes de marchandises;
   b) allocations de reprise gonflées;
   c) réductions dissimulées de prix, sous forme de primes et de remises, et autres pratiques commerciales, comme "l'article sacrifié".
5. La violation de cette disposition constitue un délit et doit être jugée en vertu de la Partie du Code qui a trait aux déclarations sommaires de culpabilité.

Je n'en dirai pas plus à ce sujet pour le moment, sauf que je soumets cette résolution à l'étude que le Comité pourra éventuellement en faire plus tard, de la façon ordinaire, et je le fais en vue de donner au Comité un avis qui permettra à ses membres de se former une opinion là-dessus. Si l'on juge que des mesures s'imposent, l'avocat du Comité et le ministre pourront faire le nécessaire.

Le PRÉSIDENT: Cette résolution, monsieur Croll, ne sera considérée que comme avis de motion; il appartiendra au sous-comité d'organisation de décider à quel moment il conviendra de la présenter.

M. FLEMING: Devant cette décision, je dois demander si cela ne sort pas du champ des attributions du Comité.

Le PRÉSIDENT: Voulez-vous lire l'ordre de renvoi au Comité?

M. FLEMING: On nous a dit d'étudier le rapport.

M. JUTRAS: Et de proposer des mesures législatives.

M. FLEMING: L'initiative vise, je pense, la pratique de l'article sacrifié; or le comité MacQuarrie s'est abstenu de formuler des propositions à ce sujet.

M. THATCHER: Si la motion était adoptée, elle pourrait éclairer davantage la proposition tendant à abolir la fixation du prix de revente.

M. FLEMING: A mon avis, on devrait permettre à ceux qui ont témoigné devant le Comité d'exprimer leur opinion sur cette question.

Le PRÉSIDENT: Je pense que c'est au sous-comité du programme qu'il appartient de régler la question.

M. CROLL: Oui, monsieur le président, mais pas aujourd'hui.

Le PRÉSIDENT: Mais, de toute façon, puisque nous considérons la proposition comme un avis de motion, il ne faudrait pas l'étudier aujourd'hui, mais plutôt à la prochaine réunion du sous-comité du programme.

M. CROLL: C'est très bien; laissons-la prendre corps.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Preston, monsieur le professeur Fuller et monsieur Gould, je vous remercie beaucoup de la peine que vous vous êtes donnée pour témoigner devant notre Comité et répondre à nos questions.

M. PRESTON: Nous vous remercions aussi, monsieur le président.

Le Comité s'ajourne.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES
POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et
M. James Sinclair, député

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 10

SÉANCE DU VENDREDI 30 NOVEMBRE 1951

TÉMOIN:

M. R. A. Harris, administrateur délégué de la C. H. Smith Company, Limited, de Windsor (Ontario), représentant la Fédération canadienne des détaillants.

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952

PROCÈS-VERBAL

VENDREDI 30 novembre 1951

Le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 h. 30 du matin. Les présidents conjoints, l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, sont présents; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Fogo, Golding, Horner, Lambert et Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carter, Mme Fairclough, MM. Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Sinclair, Stuart (*Charlotte*), Thatcher et Welbourn.

Sont également présents: M. Guy Favreau, avocat-conseil du Comité; M. R. A. Harris, administrateur délégué de la C. H. Smith Company, Limited, de Windsor (Ontario), représentant la Fédération canadienne des détaillants.

Le président donne lecture du quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, qui est ainsi conçu:

QUATRIÈME RAPPORT

JEUDI 29 novembre 1951

Le sous-comité du programme et de la procédure, qui s'est réuni le jeudi 29 novembre, a convenu de proposer:

1. Que le mardi 4 décembre, le Comité se réunisse à 10 h. 30 du matin et à 3 h. 30 de l'après-midi; qu'il invite des représentants de l'Association des manufacturiers canadiens à témoigner le matin et qu'il convoque M. F. A. MacGregor pour la séance de l'après-midi; qu'il entende, le mercredi 5 décembre, à 3 h. 30 de l'après-midi, les représentants de la Canadian Jewellers Association et qu'il entende, le jeudi 6 décembre, à 10 h. 30 du matin, les représentants de l'Ontario Retail Hardware Association.
2. Que le sous-comité se réunisse le mardi 4 décembre ou le mercredi 5 décembre en vue d'étudier la proposition de M. Croll, dont avis a été donné à la réunion du 29 novembre, et tout autre avis de motion ou proposition qui pourra, dans l'intervalle, lui être déféré.
3. Que le vendredi 7 décembre, le Comité se réunisse à 10 h. 30 du matin en vue d'étudier l'avant-projet de loi dont il est saisi, ainsi que les motions ou vœux dont le sous-comité aura fait rapport
4. Que les mémoires de tous les groupements invités à témoigner devant le Comité soient imprimés en appendice aux procès-verbaux et témoignages quotidiens; en outre, que les mémoires présentés volontairement par la T. Eaton Company Limited et la Western Garment Manufacturing Company Limited soient également imprimés.
5. Que la résolution adoptée à la 27e réunion annuelle des délégués du syndicat du blé de la Saskatchewan, tenue à Regina du 6 au 16 novembre 1951, et les lettres adressées au Comité, en date du 16 novembre 1951, par la Chambre de commerce canadienne et le comité

législatif national mixte des fraternités de cheminots, en date du 27 novembre 1951, soient imprimées en appendice aux procès-verbaux et témoignages du Comité.

6. Que M. Thomas N. Phelan, K.C., soit engagé à titre d'avocat-conseil du Comité, moyennant des honoraires de trois cents dollars ($300) par jour où il assistera aux délibérations à Ottawa, et que M. Guy Favreau soit engagé en qualité d'avocat-conseil adjoint à raison de cent cinquante dollars ($150) par jour où il assistera aux réunions à Ottawa; en outre, qu'on accorde à chacun une indemnité pour détours de quinze dollars ($15) par jour où il assistera à Ottawa aux travaux du Comité, et qu'on le rembourse de ses frais de voyage, aller et retour, à Ottawa; que les deux nominations entrent en vigueur le mardi 13 novembre 1951.

LE PRÉSIDENT.

M. Jutras propose l'adoption du quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure.

Mme Fairclough propose, comme sous-amendement à cette proposition, que le troisième alinéa dudit rapport soit biffé et remplacé par le suivant:

Que le Comité continue de siéger après le jeudi 6 décembre et que la T. Eaton Company soit convoquée, ainsi que tout autre témoin que les autres membres du Comité pourront vouloir convoquer.

Ledit amendement, mis aux voix, est rejeté.

Ont voté pour: L'honorable sénateur Horner. M. Blair, Mme Fairclough, MM. Hees, MacInnis, Shaw et Thatcher.—7.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill et Golding. MM. Boucher, Carter, Garson, Harrison, Jutras, Roberge et Welbourn.—10.

La motion de M. Jutras, qui est ensuite mise aux voix, est adoptée.

M. Harris est rappelé et interrogé.

M. Harris dépose un document relatif à certains articles dont le prix de revente est imposé et à certains articles non assujétis à la fixation du prix de revente. Ledit document figure à l'*Appendice A* aux procès-verbaux et témoignages d'aujourd'hui.

M. Stuart dépose les prix courants de la L. H. Packard & Co. Limited, de Montréal et de la Savage Shoe Company Limited de Preston (Ontario), consignés comme *Appendices B et C* aux procès-verbaux et témoignages d'aujourd'hui.

Les témoins se retirent.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne jusqu'au lundi 3 décembre à 10 h. 30 du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

Le 30 novembre 1951
10 h. 30 du matin.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, la séance est ouverte. Nous examinerons d'abord le quatrième rapport présenté par le sous-comité du programme et de la procédure, qui s'est réuni hier. Le rapport est ainsi conçu:

(Voir le procès-verbal)

M. JUTRAS: Je propose l'adoption du rapport.

Le PRÉSIDENT: M. Jutras propose l'adoption du rapport.

Mme FAIRCLOUGH: Pour ce qui est du dernier jour où nous entendrons des témoins, un des membres du sous-comité a signalé hier que nous aimerions beaucoup convoquer la T. Eaton Company. Je propose donc que le Comité ne cesse pas ses séances jeudi et que la T. Eaton Company soit convoquée, de même que tout autre témoin que d'autres membres du Comité voudraient entendre.

Le PRÉSIDENT: Vous avez entendu la proposition d'amendement de Mme Fairclough. Le sous-comité du programme l'a étudiée hier. Si le sous-comité l'a rejetée, c'est à cause de la ligne de conduite que nous avons suivie ou de l'objectif que nous nous sommes fixé, étant donné que le Comité a été institué surtout en vue de fournir à ceux qui ont protesté contre la mesure projetée l'occasion de présenter des mémoires et de témoigner devant le Comité, si celui-ci le jugeait à propos.

M. MACINNIS: Puis-je dire un mot, monsieur le président. Je suis porté à appuyer l'amendement de Mme Fairclough, pour la raison suivante. A diverses reprises au cours des séances du Comité, on a formulé certaines remarques au sujet de la T. Eaton Company et on a prétendu qu'elle et d'autres sociétés importantes seraient dans une situation avantageuse advenant l'interdiction de la fixation du prix de revente. Pour ce motif, il me semble que nous devrions convoquer la T. Eaton Company et permettre aux membres du Comité d'interroger son représentant. Cela n'exigerait pas beaucoup de temps. D'ailleurs, n'avons-nous pas convenu au début d'entendre les représentants de toute entreprise de fabrication ou de vente au détail qui ne partage pas les opinions émises dans le mémoire principal? Sauf erreur, la T. Eaton Company ne partage pas ces opinions et, pour ce motif, il conviendrait de l'inviter à témoigner, mais je ne voudrais pas me prononcer trop catégoriquement sur cette question.

Le PRÉSIDENT: Je vais mettre aux voix l'amendement de Mme Fairclough.

L'hon. M. GARSON: Pourriez-vous nous indiquer brièvement en quoi il consiste?

Le PRÉSIDENT: Mme Fairclough a proposé que la T. Eaton Company soit convoquée, tout comme divers groupes l'ont été. Le sous-comité du programme a examiné la question hier.

Qui appuie la proposition d'amendement de Mme Fairclough?

L'hon. M. BURCHILL: La T. Eaton Company a-t-elle demandé à témoigner?

Le PRÉSIDENT: Non.

M. THATCHER: Alors pourquoi a-t-elle présenté un mémoire?

Le PRÉSIDENT: Elle a présenté un mémoire.

Il appartient au Comité de prendre une décision à ce sujet. Qui appuie l'amendement de Mme Fairclough? Qui s'y oppose?

L'amendement est rejeté par 8 voix contre 7.

Mme FAIRCLOUGH: Monsieur le président, étant donné la faible majorité, il vaudrait mieux, je pense, inscrire le vote.

Le PRÉSIDENT: Tous ceux qui appuient l'amendement de Mme Fairclough voudront bien dire "oui" et les autres "non".

(Comme résultat du vote inscrit, l'amendement est rejeté.)

M. Jutras propose que le quatrième rapport du sous-comité du programme soit adopté. Qui appuie la motion? Qui s'y oppose?

Adoptée.

Nous poursuivrons l'interrogatoire du représentant de la Fédération canadienne des détaillants. Pour commencer, l'avocat-conseil du Comité posera une série de questions.

M. R. A. Harris, administrateur délégué de la C. H. Smith Company, de Windsor (Ontario), est appelé:

M. Favreau:

D. Monsieur Harris, comme vous le savez, le Comité a décidé de ne pas exiger de chiffres précis de votre groupe, mais il vous permet, si vous le désirez, de fournir certains chiffres relatifs aux prix ou autres données. Avez-vous pris une décision à ce sujet?—R. Oui.

D. Pourriez-vous nous dire quels renseignements vous avez décidé de révéler au Comité?—R. Monsieur le président, comme nous l'avons déclaré dans notre mémoire, bien que nous ne puissions fournir de preuves concluantes à cette fin, il existe suffisamment de renseignements pour démontrer que le pourcentage de bénéfice à l'égard des articles à prix de détail imposé est inférieur à celui qui a trait aux articles non assujétis à la fixation du prix de revente, ce qui est tout à fait contraire à la conclusion du rapport, j'entends le rapport MacQuarrie. La semaine dernière. . .

L'hon. M. GARSON: Puis-je vous interrompre, monsieur Harris? Pourriez-vous préciser de quelle conclusion vous parlez, en la citant? Vous dites "ce qui est tout à fait contraire à la conclusion du rapport". Auriez-vous l'obligeance de préciser, afin que nous sachions de quoi vous parlez?

Le TÉMOIN: Je ne suis pas certain qu'on l'ait citée dans le mémoire. Pourrions-nous vérifier et revenir là-dessus plus tard?

L'hon. M. GARSON: Oui.

Le TÉMOIN: La semaine dernière, en présentant notre mémoire, nous avons signalé qu'il était scandaleux, à notre avis, de formuler des conclusions en l'absence de preuves; nous avons offert de vous fournir le peu de renseignements que nous pourrions recueillir en quatre ou cinq jours en vue de vous démontrer qu'il y a un écart entre la majoration relative aux articles à prix imposés et la marge de bénéfice réalisée sur les articles à prix non imposés. Nous sommes heureux de déposer ce document ce matin. Vous remarquerez, messieurs, que les données ne sont pas probantes, mais elles donnent une idée de la situation. Comme nous l'avons signalé la semaine dernière, nous sommes d'avis qu'il ne convient pas d'adopter une mesure législative qui aura de si grandes répercussions sur l'économie du pays, à moins d'obtenir au préalable les renseignements et données nécessaires et à moins d'enquêter plus à fond que nous n'avons pu le faire, étant donné le peu de temps dont nous disposions.

M. THATCHER: Je me demande si M. Harris peut distribuer un exemplaire de ces tableaux à tous les membres?

Le TÉMOIN: Je regrette, monsieur le président, mais, n'ayant terminé ce travail qu'à huit heures hier soir, nous n'avons qu'une série dactylographiée. Vous pourriez peut-être la distribuer.

Le PRÉSIDENT: Nous comprenons vos difficultés. De toute façon, les chiffres seront consignés au compte rendu.

Le TÉMOIN: Si vous voulez bien vous reporter aux tableaux que je vous ai fournis, vous constaterez en premier lieu que la première colonne renferme une description de l'article, la deuxième a trait au pourcentage du prix de vente que représente la majoration dans le cas des produits à prix imposé et la troisième, indique le pourcentage du prix de vente que représente la majoration dans le cas des articles à prix non imposé. Nous nous sommes efforcés de trouver des produits correspondants dont l'un est à prix imposé et l'autre ne l'est pas, afin de les comparer. Sauf erreur, cinq sociétés nous ont fourni des chiffres; nous avons essayé de choisir des domaines appropriés et aussi des domaines à l'égard desquels on ne soumettait pas de mémoire. Notre statistique porte donc surtout sur les matières textiles, car l'association des fabricants d'appareils électriques et celle des quincailliers présenteront, sauf erreur, des mémoires.

Nous avons d'abord pris les gilets de tricot pour hommes; le pourcentage de majoration à l'égard de l'article à prix imposé est de 36·1, tandis qu'il est de 39·2 pour l'article à prix non imposé. Pour les paletots à prix imposé la majoration est de 33·8 p. 100; pour les autres, elle s'établit à 36·6 p. 100. La rubrique suivante a trait aux bas, mais je ne pense pas qu'il soit nécessaire d'entrer dans les détails.

M. Thatcher:

D. Etes-vous en mesure de nous indiquer, dans chaque cas, le nom du fabricant ou la marque?—R. Les magasins qui nous ont fourni les chiffres nous ont demandé de ne pas dévoiler leurs noms. Je consentirais volontiers à vous fournir les renseignements en particulier.

D. Sans mentionner le nom des magasins, pourriez-vous nous donner une idée de l'endroit ou de la ville où ils se trouvent? Cela ne compromettrait personne.—R. Je ne pense pas que ce soit possible.

L'hon. M. Garson:

D. Vous le savez, mais vous ne voulez pas le dire?—R. En effet.

D. Nous pouvons vous croire sur parole, mais nous n'avons aucun moyen de vérifier l'exactitude de vos affirmations.—R. Je vous les fournirai volontiers en particulier.

D. Avez-vous également les prix à l'égard de ces articles?—R. Oui.

D. Les prix relatifs à chacun de ces articles?—R. Oui, le prix coûtant et le prix de vente à l'égard de chacun de ces articles. Pour ce qui est des bas de femmes, je ne vois pas l'utilité de m'arrêter à chaque marque en particulier. Il est très évident que les bas à prix imposé comportent une marge de bénéfice inférieure, la plupart du temps, sinon toujours, à celle qui a trait aux bas à prix libre, qui sont de marques de fabriques particulières.

Viennent ensuite les combinaisons-jupons; vous remarquerez qu'un jupon à prix libre offre une marge de bénéfice moins grande que dans le cas des jupons à prix imposé. Je répète qu'il n'en est pas ainsi partout. Nous nous sommes efforcés de faire un choix équitable des articles. La liste révèle que la marge de bénéfice relative aux combinaisons-jupons est de 36·2, 36·6, 37·9 p. 100; à l'égard de deux articles à prix libre, elle est de 35·1 et 38·3 p. 100 respectivement. Pour ce qui est des culottes de femme, le pourcentage est de 37·1 à l'égard des articles à prix imposés et de 38·2 dans le cas des articles à prix libre.

Viennent ensuite les camisoles et les culottes d'adolescente; la marge à l'égard des articles à prix imposés est de 35 p. 100. Le magasin qui nous a fourni les chiffres a procédé d'une manière différente en ce qui concerne ces articles. Il a calculé la marge globale sur tous les articles vendus dans ce rayon depuis le début de l'année; le pourcentage était de 35 p. 100 à l'égard des articles à prix imposé, tandis que la marge moyenne relative aux articles du rayon s'établissait à 35·5 p. 100.

Le groupe suivant a trait au linge de bébé. Les couches comportent une marge de bébéfice de 24 p. 100; cette marge est de 35 p. 100 à l'égard des camisoles, de 35 p. 100 dans le cas des culottes; le pourcentage moyen pour l'ensemble du rayon s'établit à 38·6 p. 100.

D. Il s'agit de marchandise identique?—R. Tous les vêtements de bébé.

D. Ceux que vous avez mentionnés et d'autres également?—R. Oui.

D. Et vous dites qu'il s'agit d'une comparaison?—R. Oui, monsieur, car ce rayon ne vendait pas d'autres articles à prix imposés.

Mme Fairclough:

D. Pourriez-vous répéter ces prix de nouveau, car ils sont très inférieurs à la moyenne?—R. La moyenne est de 24 p. 100. Camisoles de bébé, 35 p. 100; culottes de bébé, 35 p. 100; marge moyenne du rayon, 38·6 p. 100.

D. Ce sont là les trois seuls articles du rayon vendus à prix imposé?—R. Dans ce magasin en particulier.

M. Jutras:

D. En ce qui concerne les couches ou tous les vêtements de bébé?—R. Tous les vêtements de bébé.

M. Hees:

D. Ce sont les seuls articles à prix imposés dans le rayon du linge de bébé? —R. Oui.

L'hon. M. Horner:

D. Quel est le pourcentage à l'égard des articles à prix imposé?—R. Il est de 24 p. 100 pour les couches et de 35 p. 100 pour les camisoles et les culottes. Ce sont là les trois seuls articles assujétis à la fixation du prix de revente.

L'hon. M. Garson:

D. Le rayon vendait-il des couches à prix non imposé?—R. Non.

D. Y avait-il des articles à prix non imposé parmi ceux que vous avez mentionnés?—R. Oui.

D. Comment se comparent-ils?—R. Le prix en est plus élevé.

D. Avez-vous les chiffres?—R. Non.

D. La comparaison serait juste?—R. Je ne le pense pas, monsieur. A mon avis, la comparaison la plus concluante est celle qui tient compte, d'une part, du pourcentage moyen pour tout le rayon et, d'autre part, de la marge relative aux articles à prix libre.

M. Thatcher:

D. Vous êtes-vous efforcé de choisir des chiffres qui sont à votre avantage?

M. MacInnis: C'est une question injuste et insensée. Vous demandez si le témoin fournit des renseignements qui appuient sa thèse.

M. Thatcher: Quoi qu'il en soit, j'aimerais lui poser la question.

M. MACINNIS: Je ne m'y oppose pas.

Le PRÉSIDENT: Je pense qu'elle ne convient pas. Il est évident que ces gens viennent ici pour étayer leur thèse de leur mieux. Nous comprenons cela.

M. MACINNIS: Cela ne veut pas dire, monsieur le président, qu'ils ne sont pas parfaitement honnêtes en nous fournissant les renseignements.

M. THATCHER: M. Harris a dit, au début de ses remarques, que les données n'étaient pas concluantes; il a dit qu'elles pouvaient tout au plus donner une indication. Il va sans dire qu'il n'en serait pas ainsi si on avait choisi les chiffres de façon à servir la thèse des intéressés.

Le TÉMOIN: Puis-je me permettre de répondre de la façon suivante à M. Thatcher. Dans ce cas en particulier, il s'agit des prix de notre propre magasin. J'ai tout simplement demandé au chef de rayon de me fournir une liste d'articles à prix imposé, ainsi que la marge moyenne de bénéfice du début de l'année à la fin d'octobre. C'est ainsi qu'ont été obtenus les chiffres que j'ai cités.

M. Thatcher:

D. Devons-nous supposer qu'à votre magasin, la règle générale est de prendre un bénéfice moins élevé sur les marchandises à prix imposé que sur les articles à prix libre?—R. En effet; c'est là le fond de notre mémoire.

L'hon. M. BEAUBIEN (*coprésident*): Il s'agit de la même sorte d'articles?

Le TÉMOIN: Oui, la même sorte. Le groupe suivant a trait aux couvre-lits. Ici, nous n'avons pu établir de comparaison directe. Il nous a fallu comparer les prix des couvre-lits en homespun et en chenille. Dans le cas des couvre-lits en homespun la marge de bénéfice était de 33 p. 100 pour les articles à prix imposé et de 41 p. 100 pour les articles à prix libre. Il y avait deux autres sortes de couvre-lits; la majoration était de 34 p. 100 pour l'article à prix imposé et de 39 p. 100 pour l'article à prix libre. Nous avons signalé que ces couvre-lits ne sont pas exactement comparables, mais leur prix peut donner une idée de la majoration afférente à cette catégorie de marchandises.

Nous abordons maintenant, messieurs, un article qui se range parmi les exceptions. Nous avons constaté qu'un article à prix imposé, des bottes en caoutchouc pour homme, comportait une marge de bénéfice de 32·2 p. 100, tandis que l'article qui s'en rapprochait le plus et qui se vendait à prix libre, des bottes genouillères en caoutchouc, en comportait une de 29·9 p. 100. La marge relative aux souliers "scampers" pour homme s'établit à 34·2 p. 100 à l'égard du produit à prix imposé et à 36·5 en ce qui concerne le produit à prix libre. Pour ce qui est des souliers d'enfant, nous sommes aussi devant une exception en ce qui concerne ce magasin particulier, car la marge relative aux chaussures à prix imposé est légèrement supérieure à celle qui a trait aux chaussures à prix libre, portant la marque de fabrique particulière de ce magasin. Nous avons un groupe de couvre-chaussures en caoutchouc pour femme; les majorations sont de 29, 36, 32, 37 p. 100 et, de nouveau, 36 p. 100 à l'égard des articles à prix imposé. La marge moyenne du rayon des chaussures pour femme est de 41·5 p. 100. En ce qui concerne ce magasin, nous n'avons pu établir de comparaison avec les articles à prix libre, car il n'en vendait pas de cette catégorie. La marge de bénéfice relative à une crème à barbe est de 34 p. 100, tandis qu'elle est de 45·5 p. 100 à l'égard d'une marque particulière. Pour la pâte dentifrice, le pourcentage est de 34·1 p. 100 et, en ce qui concerne une marque particulière, de 41·7 p. 100. Les chemises d'homme, groupe très important, comportaient une marge de 34·3, 33·3, 34·3 et 36·7 à l'égard des marques à prix imposé et de 37·5, 36·1 et 39·7 pour les autres. Dans le cas des chaussettes d'homme, la marge était de 32 p. 100 pour l'article à prix imposé et de 35 p. 100 à l'égard d'une marque particulière, non assujétie à la fixation du prix de revente. Les chaussettes en nylon filé comportent une majoration de 38·3 p. 100, les

chaussettes en nylon extra fin, une marge de 36·4 p. 100, tandis que les pourcentages sont de 39·7 et 39·1 à l'égard des articles à prix libre. Enfin, sur cette page, nous trouvons des sous-vêtements sans manches, en jersey, pour homme; les articles à prix imposé accusent une marge de bénéfice de 41 p. 100 et les autres de 40·3 p. 100. C'est un autre cas où l'article à prix libre comporte une marge légèrement inférieure. Il y a un groupe de couvertures assujéties à la fixation du prix de revente dont les marges de bénéfices sont de 32·1, 34·1, 33·8, 34 et 30 p. 100; la majoration moyenne dans le rayon de la literie est de 35·3 p. 100. Le prix de toutes ces couvertures est au-dessous de la moyenne pour l'ensemble du rayon. Une couverture à prix libre offre une marge de 37·3 p. 100.

Nous arrivons maintenant à l'avant-dernier groupe, qui se rapporte aux jouets. La marge relative à un tricycle de 24 pouces, dont le prix est imposé, s'établit à 27·3 p. 100; pour ce qui est des voiturettes, la marge est de 25·3 p. 100; elle est de 27·4 dans le cas des tricycles pour tout petits; de 30·6 p. 100 à l'égard des transformateurs pour trains-jouets; de 37·2 p. 100 dans le cas des trains-jouets; de 32·7 pour les jeux "meccano"; de 30·5 p. 100 en ce qui concerne les tourne-disques et de 36·6 p. 100 dans le cas des bicyclettes. La moyenne de la marge de bénéfice, dans le rayon des jouets, s'établit à 37 p. 100.

Enfin, au rayon des articles de sport, nous avons des moteurs hors-bord à marge de bénéfice de 30 p. 100, des boules de quille, à marge de 20·7 p. 100, des balles de golf à marge de 33·3 p. 100. La marge relative aux bicyclettes est de 30·2 p. 100 et celle des patins est de 32·6. Tous ces articles sont à prix imposé. La marge moyenne de bénéfice, dans le rayon des articles de sport, est de 34·3 p. 100.

Monsieur le président, ces chiffres indiquent que la marge de bénéfice est moins élevée pour l'article à prix imposé que pour l'article à prix libre. Ils motivent un examen plus approfondi des faits.

Mme Fairclough:

D. Pourriez-vous nous indiquer si ces pourcentages sont calculés sur le prix de vente?—R. Sur le prix de vente.

M. Jutras:

D. Est-ce à dire que le prix de vente est plus élevé?—R. Songez-vous à un article en particulier?

D. Vous parlez de la majoration à l'égard du prix de vente. Le prix de vente au consommateur est-il nécessairement plus élevé dans ces cas?—R. Nous nous efforçons de choisir des articles dont les prix se rapprochent le plus possible.

M. Favreau:

D. Ne croyez-vous pas que le Comité pourrait mieux saisir vos données si vous indiquiez les prix au consommateur à côté de chaque article?—R. Je le pense. Je regrette que nous ne l'ayons pas fait. Il nous ferait plaisir de vous fournir ces renseignements à l'égard de n'importe quel article que vous nous indiquerez.

D. N'est-il pas vrai que si ces majorations sont plus élevées dans le cas de chacun des petits commerçants, le client peut parfois, pour ce qui est des produits à prix libre obtenir du détaillant une réduction de prix, ce qu'il ne peut faire à l'égard des articles à prix imposé? Peut-il obtenir une réduction de prix?—R. Qui, le client?

D. Oui.—R. Je suppose, monsieur Favreau, que les marchands s'en tiennent à un prix ferme et qu'ils ne pratiquent pas le marchandage. Peut-être certains le font-ils, je n'en sais rien.

D. Étant donné qu'on soutient, d'une façon générale, que la fixation du prix de revente a pour but, entre autres choses, d'assurer une certaine marge de

bénéfice au détaillant, la suppression de cette pratique se traduirait-elle par l'abaissement des marges de bénéfice?—R. Je pense que le fabricant serait plus en mesure que moi de répondre à la question, monsieur Favreau. Il n'y a aucun doute que les produits les mieux connus serviront de ballon et qu'on en abaissera le prix au consommateur. Dans ces cas, le bénéfice du détaillant sera moins élevé.

D. D'après votre expérience, pourriez-vous nous dire pourquoi les marges de bénéfice sont plus élevées à l'égard des articles à prix libre, du moins en ce qui concerne la liste que vous nous avez fournie? Y a-t-il une raison particulière. . . —R. Pour que la marge soit plus grande?

D. Oui.—R. Oui, l'article doit comporter une marge de bénéfice plus grande pour que le détaillant trouve avantageux de les prendre en magasin. En règle générale, les rabais sont plus forts à l'égard de l'article à prix libre que pour l'article à prix imposé, car le risque est plus grand.

D. Dois-je conclure, que dans la plupart des cas, le prix fait par le fabricant est un peu plus bas qu'en ce qui concerne l'article dont le prix de revente est fixé?—R. Non, je n'ai pas dit cela.

D. Mais n'en est-il pas ainsi, cependant?—R. Vous voulez dire que le prix du fabricant est plus bas?

D. Dans la plupart des cas? En ce qui concerne les articles énumérés sur ces trois pages?—R. Oui, c'est ce qu'il faut en déduire, s'ils se vendent au même prix.

D. Pour ce qui est du rayon du linge de bébé, n'est-il pas exact que les articles à prix libre sont, dans une large mesure, des articles de fabrication domestique, vendus au détaillant par des particuliers et non par d'importants fabricants? Cela n'est-il pas particulièrement juste en ce qui concerne les articles vendus dans ces rayons?—R. Je ne le pense pas.

D. Je pose tout simplement la question.—R. A mon avis, la plupart des articles proviennent de fabriques.

D. N'y a-t-il pas beaucoup d'articles faits à la maison dans le rayon des layettes?—R. Très peu, si l'on prend l'ensemble du pays.

D. Mais on les vend généralement à un prix plus élevé?—R. Les articles faits à la maison?

D. Oui.—R. Je ne suis pas en mesure de le savoir.

D. Je me réfère maintenant à votre mémoire, monsieur Harris, et en particulier au point 5 de la page 2. Je vais vous lire la phrase suivante, qui figure au point 5:

> Un examen des marges de bénéfice des détaillants à l'égard des articles à prix fixés, révèle que ces marges ne sont pas du tout exagérées par rapport aux frais ordinaires de vente de certains produits particuliers.

Pourriez-vous expliquer au Comité la signification que votre association ou groupe attache au terme "frais ordinaires de vente"?—R. Monsieur le Président, le terme "frais ordinaires" a la signification suivante: Certains articles comportent un élément important de service ou de risque; il est donc normalement nécessaire de recourir à une majoration plus considérable, que dans les rayons où cet élément joue moins.

D. Et à la page 4, nous trouvons un troisième paragraphe, se rattachant à un sujet analogue, aux deux niveaux de distribution semble-t-il, le passage suivant:

> Les marges de bénéfice du détaillant à l'égard d'articles de genre analogue, offerts à prix fixés par divers fabricants ne diffèrent pas d'une manière très sensible, parce que les fabricants connaissent les frais qu'entraîne normalement la distribution de produits de ce genre.

Serait-il juste de dire, que dans le commerce, il est possible d'établir les frais approximatifs permettant de fixer à l'avance la marge dont bénéficieront effectivement tous les distributeurs d'une catégorie particulière de marchandise? —R. Je ne comprends pas votre question, Monsieur Favreau.

D. Est-il possible de dire ou de décider à l'avance la moyenne des frais réels de distribution dont on pourrait tenir compte en vue de fixer une marge avantageuse pour tous les distributeurs d'un article particulier?—R. Je crois que c'est surtout la concurrence qui la déterminerait.

D. Que voulez-vous dire quand vous déclarez que le fabricant est celui qui connaît à l'avance les frais ordinaires de vente? Je suppose qu'il s'agit de la moyenne des frais incombant à ses distributeurs, de sorte qu'il peut fixer lui-même le prix qui leur laissera à tous une bonne marge de bénéfice?—R. Il me semble que nous n'avons pas parlé des frais ordinaires de distribution.

D. C'est la conclusion que je tire des déclarations figurant aux pages 2 et 4 portant que les fabricants doivent tenir compte au stade de la fabrication, des frais de distribution établis pour cette catégorie de marchandise ou du moins les connaître. Je n'ai peut-être pas bien lu votre mémoire, mais j'ai cru comprendre que c'était l'un des éléments dont le fabricant tenait compte avant de fixer son prix de manière à garantir au détaillant et au grossiste une marge convenable de bénéfice.—R. En effet.

D. Et bien, n'est-il pas acquis que les frais de vente et de distribution même dans une même catégorie de marchandise, varient considérablement selon les différents grossistes ou détaillants, selon la personne en cause.—R. Il existe, sans doute, des différences dans les frais d'exploitation.

D. Et ces frais auraient une influence sur les marges respectives de bénéfice de chaque détaillant pour une même marque de marchandise?—R. Parfaitement.

D. Diriez-vous que les chiffres du Bureau fédéral de la statistique donnent une idée exacte de l'évantail des frais de vente pour certaines catégories d'articles, pour les nouveautés en gros, par exemple? Je remarque qu'en ce qui concerne les marchandises de qualité moyenne, sans tenir compte des deux extrêmes, mais simplement de la moyenne, les frais de distribution des articles de nouveauté, atteindraient de 10·1 à 16·7 p. 100 du prix de vente brut, ce qui répond à un écart de 6·1 p. 100. Il ne s'agit là que de la qualité moyenne. Est-ce à peu près exact?—R. Je ne connais pas ces chiffres. Je ne les ai jamais vus.

D. Dans la quincaillerie, je vois que les deux chiffres, c'est-à-dire, le plus bas et le plus haut de la catégorie moyenne, seraient de 11·1 p. 100 pour les articles qui comportent les frais de vente moindres et de 19·0 p. 100 pour ceux qui comportent les frais les plus élevés?

Si c'était vrai, cet élément ne permettrait-il pas à un distributeur particulier de faire profiter son client de la différence de frais sous forme de prix moins élevés?—R. J'aimerais bien examiner quelque cas particulier, si possible, car il me semble que des généralisations de cette nature présentent un grand danger. Prenez l'exemple du grossiste en nouveautés. Quelle est sa marchandise? Quelle est l'étendue de sa collection? Vend-il des robes? Dans le cas de l'affirmative, il aurait besoin d'une marge beaucoup plus vaste que s'il ne vendait que de la flanelle de coton. Vend-il de l'argenterie? Il me semble que la nature des articles dont il fait le commerce, détermine en grande partie la marge dont il a besoin.

D. N'est-ce pas vrai que même chez les distributeurs ou détaillants qui font le commerce de la même marchandise, il peut y avoir d'énormes écarts dans les frais de vente de deux magasins différents de la même ville.—R. Dans les frais de vente?

D. C'est-à-dire si vous tenez compte des frais du commerce, du magasin, des employés, des services fournis et de tous les facteurs qui composent ces

frais.—R. Il existe certainement un écart dans les frais d'exploitation. Un magasin se chauffe peut-être plus difficilement qu'un autre; je ne sais quelle importance ce facteur pourrait avoir en fin de compte dans l'exploitation de l'affaire.

D. A la page 3 du mémoire, (nous avons là un des arguments qu'ont avancés et qu'avancent encore un grand nombre de groupements en faveur de la fixation des prix de revente), vous déclarez: là où l'acheteur n'a pas la garantie de la marque et où la production est en fonction d'un certain prix seulement, il y aura peut-être une régression correspondante de la qualité, mais le consommateur n'a plus un moyen facile de le savoir, ce qui rend illusoire le prétendu avantage qu'on obtient.

Pourriez-vous nous en dire plus long sur ce point, nous exposer de quelle façon et dans quelle mesure la fixation des prix de revente est, à votre avis et à celui de votre association, étroitement liée au maintien et à la garantie de la qualité quand il s'agit d'articles de marque?—R. C'est parce qu'elle se rapporte aux marques, qu'elle y est étroitement et intimement liée. Je crois avoir dit tout cela la semaine dernière mais la marque représente à la longue la protection du public pour ce qui est des marchandises où l'usure et l'usage sont des facteurs importants. Vous vous souviendrez que je vous ai cité l'exemple de la chemise d'homme. Là où le public trouve une marque particulière de chemises satisfaisante au cours des années, le fabricant fera tout ce qui est possible pour que la qualité de cet article se maintienne. Par conséquent,—si je me rappelle bien l'expression,—"l'ingrédient le plus précieux d'un produit est l'intégrité de son fabricant".

L'honorable M. HORNER: Nous le comprenons tous fort bien; même quand vous retenez les services d'un avocat, le moins cher ne l'est pas toujours à la longue.

M. HEES: Très bien, surtout si vous allez en prison.

Le TÉMOIN: La marque protège donc le public.

Permettez-moi de poursuivre l'exemple de la chemise. Le public se voit offrir une chemise qui, exposée sur le comptoir et ne portant pas de marque, ressemble en tout point à la chemise portant une marque. Néanmoins, ceux d'entre vous qui s'y connaissent en textile, savent qu'on emploie de l'apprêt pour la toile; deux tissus peuvent ainsi avoir la même apparence tout en étant de qualité très différente, surtout à l'usage. Le tissu fortement imprégné d'apprêt se relâche et s'ouvre au lavage, alors que l'autre, qui est une toile authentique, y résiste et donne meilleur usage.

M. Shaw:

D. Comment expliquez-vous, Monsieur Harris, que, l'intégrité représentant un élément tellement important en ce qui a trait à la marque, le fabricant de produits portant une marque permette si souvent la vente de certains articles imparfaits ou souillés à un prix plus bas?—R. Comment je l'explique?

D. Oui. Ne vaudrait-il pas beaucoup mieux pour lui de retirer ces produits complètement du marché, ce qui serait conforme à votre raisonnement?—R. Eh bien! l'existence même d'articles imparfaits témoigne en faveur de l'intégrité du fabricant; quand il les vend, il les déclare comme tels sans les présenter comme étant de première qualité. Il a besoin de les vendre, ce qu'il fait honnêtement en les désignant comme imparfaits.

L'honorable M. HORNER: Il ne veut pas nuire à la réputation de sa marchandise de première qualité et à son renom en tant que fabricant. Il arrive souvent d'ailleurs que des articles imparfaits se révèlent très bons à l'usage.

M. SHAW: J'admets l'honnêteté de la méthode qui consiste à déclarer la qualité imparfaite de certaines marchandises, mais je me demande quel rapport cela pourrait avoir avec son intégrité par exemple (ce n'est pas le terme le plus

heureux) en tant que fabricant; en effet, lorsqu'un particulier achète une chemise qui porte une marque, il sait au moment de l'achat qu'il s'agit d'un article de deuxième qualité mais il n'en obtient pas le même usage.

M. BEAUDRY: Il n'en paie d'ailleurs pas le prix.

M. HEES: L'article étant annoncé comme imparfait, il savait à quoi s'en tenir au moment de l'achat.

M. SHAW: Parfaitement, j'essayais seulement de déterminer l'effet produit sur la marque de l'article.

Le TÉMOIN: Vous avez là une protection et une garantie considérable pour le public, les acheteurs; l'expérience démontre d'ailleurs, que le public demande, dans une large mesure, tout produit d'un fabricant de bon renom lorsque ce produit est soldé en raison de sa qualité imparfaite.

M. Jutras:

D. N'est-ce pas exact qu'en pareil cas la marque ne figure pas sur ces produits?—R. Elle peut y figurer ou non.

D. Dans beaucoup de cas on l'enlève.—R. Tout dépend du moment auquel l'article est devenu un produit de seconde qualité, c'est-à-dire, avant ou après l'apposition de la marque.

M. Favreau:

D. Une dernière question: A la page 5, je trouve que votre groupement formule la constatation suivante:

> Étant donné que le détaillant vend sans doute d'autres produits à prix non fixés, il est parfaitement libre d'en réduire le prix de vente, ou d'accorder, si la chose est possible, une valeur de reprise plus élevée à l'égard de l'achat d'articles à prix fixés.

Est-ce que cela ne contredit ou ne nie pas le principe de la fixation des prix de revente, que de supposer qu'au cas où il serait impossible de s'écarter directement de cette méthode, on pourrait s'en écarter indirectement en augmentant la valeur de reprise?—R. J'ai répondu à cette question la semaine dernière, monsieur le président. Désirez-vous que je répète cette réponse?

M. FAVREAU: Alors, c'est tout.

Le PRÉSIDENT: M. Jutras est le premier sur la liste aujourd'hui.

M. Jutras:

D. Tout d'abord par votre comparaison des prix, vous aviez bien l'intention de montrer que la majoration était plus forte, si j'ai bien compris, sur les articles dont le prix n'était pas fixé que sur les marchandises dont le prix était fixé? —R. En général, oui.

D. Diriez-vous que cette majoration plus considérable est due à ce que celle des produits dont le prix est fixé est insuffisante et doit se compenser par les autres articles?—R. Nous aimerions bien voir de plus grandes majorations sur les produits dont le prix est fixé, en effet.

D. Je n'essaye pas de vous embarrasser.—R. Je ne ressens aucun embarras.

D. La question qui m'intéresse, c'est de savoir si vous êtes d'avis qu'il vous faut majorer davantage la marchandise dont le prix n'est pas fixé pour pouvoir faire le commerce des autres produits?—R. Oui.

D. En comparant les deux méthodes, n'est-il pas vrai que lorsqu'on vend des marchandises dont le prix est fixé, on est obligé de leur accorder une préférence par rapport aux autres?—R. Quelle sorte de préférence?

D. Je veux dire que lorsqu'on vend des marchandises dont le prix est fixé, qu'on est censé mettre en évidence, beaucoup d'autres produits se verront reléguer sous le comptoir?—R. Tout détaillant favorisera la marchandise qui se vend le mieux, que le public demande le plus; s'il s'agit d'un article à prix fixe portant une marque je vous donnerai raison: le détaillant l'exposera en première place et portera son effort de vente sur cette marchandise.

D. Mais le détaillant n'est-il pas obligé, par exemple. . ., je m'exprimerais peut-être mieux autrement: N'aurait-il pas d'ennuis avec son fournisseur, par exemple, s'il favorisait d'autres produits dont le prix n'est pas fixé par rapport à ceux dont le prix est fixé. Le cas Frosst par exemple . . .—R. Non, je ne le crois pas. Nous vivons encore dans un monde libre, nous voulons le croire du moins.

D. N'est-ce pas ce qui s'est produit dans le cas Frosst?—R. Je ne connais pas le cas Frosst.

M. BEAUDRY: A propos, monsieur le président, la déclaration, la réponse à la déclaration et le jugement dans le cas Frosst, ont-ils été consignés au compte rendu?

M. FAVREAU: Je l'ai reçu et il est en voie de traduction; dès qu'on le demandera, on en fera la distribution, de sorte que si vous voulez l'avoir. . .

Le PRÉSIDENT: Nous le déposerons et nous le ferons imprimer à titre d'appendice.

M. BEAUDRY: Il me semble alors, qu'il n'y aurait pas lieu de nous y référer avant d'être saisi de tous les faits.

M. JUTRAS: Je ne songeais pas au jugement intervenu dans le cas Frosst; je parlais des motifs pour lesquels le cas avait été porté en cour.

Le PRÉSIDENT: En tout cas, M. Harris a dit qu'il n'en savait rien.

M. Jutras:

D. J'avais l'impression que celui qui vendait un article dont le prix était fixé devait lui accorder une certaine préférence par rapport aux autres marchandises, qu'il en était convenu ainsi avec son fournisseur. Admettons maintenant que l'on supprime la fixation des prix. Je suppose qu'alors les articles dont le prix n'est pas fixé qui sont actuellement sur le marché parviendront plus facilement au consommateur qu'à l'heure actuelle; étant donné que leur majoration dépasse maintenant celle des articles dont le prix est fixé, la péréquation de ces majorations aurait pour résultat de fournir au public un article à meilleur compte, puisque le prix de revient du marchand est moins considérable tandis que la majoration est plus élevée.

Le PRÉSIDENT: Je me demande s'il vous serait possible de diviser votre question, monsieur Jutras. J'éprouve quelque difficulté à vous suivre.

M. JUTRAS: Il me semble que le témoin a saisi mon idée.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, je crois en effet comprendre M. Jutras, qui a fait l'exposé du problème avec le même manque de clarté dont semble souffrir tout le monde. J'ai essayé aujourd'hui de définir la question par écrit, de la façon suivante:

> "Le gouvernement se dit partisan de la libre entreprise. Celle-ci a établi la fixation des prix. Le gouvernement s'y oppose. L'abolition de la fixation des prix signifie le rabaissement des prix. Le gouvernement se prononce en faveur d'une mesure législative qui empêcherait la mévente ou la vente de "l'article sacrifié". Le gouvernement est en faveur de la libre entreprise."

J'y ai ajouté au bas en note les mots: "ha! ha!".

M. Jutras:

D. Mon raisonnement que je ne considère pas être très compliqué était le suivant: le fabricant, qui veut tenir tête à la concurrence des marchandises dont le prix est fixé, doit offrir des marges plus considérables pour que sa marchandise figure sur les comptoirs, ce qu'il n'obtient pas toujours sans peine, comme il y a certes lieu de le croire. Je suppose, qu'en l'absence de fixation des prix, il lui serait possible de maintenir sa majoration au même niveau que les autres, ce qui aurait pour résultat inévitable, le rabaissement du prix fait au consommateur. —R. Eh bien! Monsieur Jutras, quand un détaillant découvre qu'un article assujéti à la fixation des prix ne lui rapporte rien, il l'abandonne. Il abandonne également toute marchandise dont le prix n'est pas fixé lorsqu'il n'en tire aucun bénéfice; il tient compte dans les deux cas surtout de la demande du public, au rythme des ventes, de l'ampleur de sa marge. Tous ces facteurs déterminent l'avantage qu'il peut retirer de la vente d'un article; vous êtes toutefois d'avis, je crois, que le fabricant, lorsqu'il détermine combien se vendra un article, a parfaitement le droit de le faire; mais le détaillant a le même droit que lui de cesser de vendre une certaine catégorie de marchandises.

M. BEAUDRY: Me permettrez-vous de faire une observation, monsieur Jutras?

M. JUTRAS: Il ne me reste pas grand temps.

M. Jutras:

D. Je me rends parfaitement compte que le détaillant est libre d'abandonner, dans une certaine mesure, une catégorie de marchandises, mais étant donné le nimbe de respectabilité et de qualité qui entoure ces articles assujétis à la fixation des prix, il n'a pas les mains libres; en effet, la fixation des prix a attiré le public vers ces produits et si le détaillant veut attirer la clientèle dans son magasin, il est presque tenu de vendre ce produit. Vous allez me dire que vous y trouverez la qualité et tout ce qu'on annonce mais je vous répondrai que, dans certains cas pour le moins, ce n'est pas tout à fait exact. Le professeur Fuller nous a donné l'exemple de l'aspirine, dont a parlé le ministre de la Justice. Il y a des comprimés d'aspirine dont le prix est fixé qui se vendent,—j'ai oublié le prix exact, mais je crois que c'est 18c. au Canada; il existe d'autre part toute une série de comprimés d'aspirine se vendant jusqu'à 9c. le cent; le public peut se les procurer, mais je sais qu'à titre de consommateur, et beaucoup en raison de la réclame et de la fixation des prix, j'ai toujours eu l'idée en me rendant dans une pharmacie qu'il fallait acheter le meilleur produit; je payais donc pour le comprimé le prix le plus élevé dans l'idée que j'achetais la meilleure qualité et que j'obtenais mieux pour mon argent. A l'heure actuelle, grâce au professeur Fuller, j'ai appris qu'il s'agit exactement du même produit et qu'il ne peut y avoir aucune différence quant à la composition puisqu'elle est établie par la Loi. En réalité, j'ai gaspillé mon argent pendant toutes ces années en m'attachant à une marque particulière.—R. Votre mal de tête a peut-être passé plus vite en raison du prix que vous avez payé.

D. Du tout. C'est exactement le même produit et mon mal de tête ne faisait que s'accentuer du fait que j'achetais le produit le plus cher.

Le PRÉSIDENT: C'est votre dernière question, Monsieur Jutras.

M. Jutras:

D. J'ai une dernière question à poser. Il s'agit de quelque chose de tout à fait différent. Je me réfère au paragraphe 6 de la page 2. Je sais que vous n'avez pas écrit le mémoire vous-même, mais en lisant ce paragraphe, vous vous rendrez compte, je crois, que ces trois lignes ne sont aucunement justifiées, si je puis le dire; elles sont, en tout cas, peu charitables pour les producteurs primaires de notre pays. Il me semble que votre groupement a une conception très erronée du

marché méthodique. Je résumerai la question en deux mots: S'il m'est permis de me référer au professeur Fuller, il a signalé dans son mémoire que le marché du blé aux États-Unis constituait le seul marché où la concurrence joue pleinement et ce du côté du cultivateur; mais, au stade de l'entreposage, il devenait un monopole s'il n'existait qu'un seul élévateur; l'agriculteur se voyait donc obligé de faire face à la concurrence pure et simple ou pour le moins à ce que nous appelons la concurrence la plus pure qu'il y ait pour tout ce qu'il devait acheter, c'est-à-dire, pour des articles protégés dans une large mesure par le tarif douanier, la taxe d'accise, une interdiction, etc., de sorte qu'il s'est vu forcé d'agir. Mais, —et c'est là le point important,—il n'a pas eu recours à des pratiques qu'il aurait établies de son propre chef, comme le ferait croire le terme "injuste" dans le texte. Il n'a fait que s'adresser au gouvernement; des offices de vente ont été institués. Il importe de rappeler ici que ces offices de vente ne sont pas l'instrument du producteur primaire, mais du gouvernement. Le producteur y est représenté, il est vrai, de même que le consommateur ainsi que, dans la plupart des cas, les travailleurs; mais sa voix n'a pas plus de valeur que celle des autres. Impossible donc de dire qu'il a la haute main.

Le PRÉSIDENT: Allez-vous poser très bientôt votre question, Monsieur Jutras?

M. JUTRAS: Oui.

M. Jutras:

D. Il n'est aucunement maître de la situation, comme le laisse entendre le texte, de sorte que le terme "injuste" n'est aucunement motivé à cet endroit; je constate donc, en toute déférence, qu'il n'y a aucune comparaison possible entre les deux méthodes; j'ajouterai encore, si vous le permettez, que je doute fort que l'exposé exprime le point de vue de milliers de petits détaillants établis dans les régions rurales du Canada, de ceux qui connaissent bien la situation, parce qu'à mon avis, ils savent qu'ils sont les premiers ou du moins les premiers après le cultivateur à en bénéficier le plus si...

Le PRÉSIDENT: Vous avez dépassez votre temps de parole de trois minutes maintenant, monsieur Jutras. Si c'était là votre principale question, vous auriez dû la poser en premier plutôt qu'en dernier lieu.

M. BEAUDRY: Je signale que le texte est le suivant: "Il serait injuste de supposer..."

M. JUTRAS: Je signale qu'il s'agit ici de traitement injuste; il en est question dans un grand nombre de mémoires qui nous ont été présentés et il est temps, à mon avis, d'éclaircir ce point.

Le TÉMOIN: Je voudrais expliquer notre attitude. Nous ne critiquons aucunement les méthodes de vente que le cultivateur ou tout autre groupement de la population canadienne aura pu établir. Nous disons seulement que si elles ont servi l'intérêt du cultivateur en lui assurant la vente ordonnée de ses produits, on ne devrait pas s'opposer aux méthodes mises au point par le commerce de détail à cette même fin.

M. Shaw:

D. Je voudrais citer une phrase du rapport MacQuarrie qui figure à la page 17:

> Nous n'avons pas concentré notre attention sur des cas individuels de prix imposés ni sur leurs conséquences possibles, dans des cas isolés, car si la pratique était limitée à un nombre restreint de marchandises, elle ne mériterait pas que l'État s'en préoccupe.

Avez-vous quelque observation à ce sujet?—R. Me permettrez-vous de chercher le paragraphe, monsieur Shaw?

D. Parfaitement, il se trouve à la page 17, au deuxième paragraphe; nous commençons par la deuxième phrase.—R. En effet, j'ai des observations à faire à ce sujet. J'estime que ce qu'on dit est en effet exact, soit que la fixation des prix ne se rapporte qu'à un nombre limité de produits; ainsi que je l'ai signalé la semaine dernière, la proportion des articles dont le prix est fixé n'est pas grande par rapport aux marchandises en vente dans tout le pays, bien que fort importante pour certaines catégories de produits vendus au détail.

D. Êtes-vous prêt à convenir que l'idée du comité MacQuarrie était la minorité: en ce qui concerne les marchandises assujéties à la fixation des prix, le meilleur moyen de traiter la question équitablement était d'étudier un domaine étendu plutôt que certains cas isolés? Serait-il juste à votre avis, de n'examiner qu'un nombre limité de cas ou préféreriez-vous considérer tous les cas?—R. J'aimerais y réfléchir soigneusement. Je ne voudrais pas lancer une enquête ou faire rapport sans posséder des données et des faits bien fondés; la manière de se les procurer demanderait beaucoup de réflexion.

D. Êtes-vous d'avis que le petit nombre de chiffres que vous nous avez cités aujourd'hui ne nous aidera guère à nous former une opinion au sujet de la fixation des prix en général? Vous ne me demanderez pas de prendre une décision en m'appuyant là-dessus?—R. Non, assurément; ils n'ont été présentés qu'à titre d'indication.

D. Ma seconde question est la suivante: Êtes-vous d'avis qu'en ce qui concerne les marchandises assujéties à la fixation des prix, les détaillants s'en tiennent généralement au prix fixé par le fabricant?—R. Oui.

D. Et en ce qui concerne les marchandises dont le prix n'est pas fixé, diriez-vous que le détaillant s'en tient plus ou moins étroitement au prix qu'il établit? —R. Il le respectera scrupuleusement, mais quel prix fixera-t-il?

D. Je vous signalerai que nous avons tous eu affaire avec les commerçants établis dans notre localité. Il arrive souvent que le marchand me dise, quand j'entre dans un magasin: "Je vous ferai un rabais d'un dollar là-dessus", ou bien si je fais un achat de cinquante dollars, il me fera cadeau d'une paire de gants.

Le PRÉSIDENT: Cela ne m'est jamais arrivé.

M. SHAW: Certains d'entre nous sont peut-être de meilleurs clients que d'autres.

M. Shaw:

D. N'êtes-vous pas d'avis, puisqu'il s'agit d'un usage généralisé parmi les petits commerçants de nos petites villes, que les données statistiques que vous nous avez soumises ne peuvent guère être considérées comme exactes en pratique. C'est vrai qu'Eaton ne me donnera rien, pas plus qu'aucun des grands magasins. Serait-il, par conséquent, juste d'accepter les chiffres que vous nous avez indiqués pour les marchandises dont le prix est fixé et celles dont le prix ne l'est pas, en disant que c'est là une base de comparaison appropriée?—R. Je ne suis pas, comme vous, d'avis que nous en sommes encore à l'époque du troc.

D. Évidemment, vous n'êtes pas au courant de cette coutume des petits détaillants; d'autre part, tous les membres du Comité qui ont eu affaire avec les petits commerçants admettront que c'est exactement ce qui se passe.

M. HEES: Vous tâchez de marchander avec ces pauvres gens.

M. SHAW: Il ne s'agit pas de marchander. En dépit de ce qu'a dit le président, j'admets que ce que vous venez de nous lire il y a quelques minutes au sujet de l'entreprise privée et du gouvernement contient plus de vrai que de faux. Le 23 novembre dernier, vous avez affirmé, implicitement sinon explicitement, que les marchandises portant une marque occupent une position privilégiée sur le marché: est-ce juste?

Le TÉMOIN: En ce qui concerne certaines catégories.

M. Shaw:

D. Examinons ces catégories. Conviendriez-vous que cet état de choses est attribuable à la marque et au prix?—R. J'en conviens.

D. Lequel de ces facteurs a selon vous le plus d'importance?—R. L'un comme l'autre, ils sont inséparables. Si le prix est assujéti à des fluctuations considérables, le consommateur n'a plus confiance en cet article.

D. Vous avez employé l'expression "fluctuations considérables". En serait-il de même, à votre avis, dans le cas d'une fluctuation très minime des prix?—R. Les articles dont le prix est fixé n'accusent généralement pas de fluctuations minimes. Je veux dire par cela qu'elles tendent à une plus grande stabilité et ne varient pas de jour en jour.

D. Si l'on prohibait la fixation du prix de revente, ce qui aurait pour résultat de petites fluctuations dans les prix, diriez-vous que la situation privilégiée dans laquelle se trouvent à l'heure actuelle les produits portant une marque, en souffrirait?—R. Oui, à la longue.

D. Vous concluez donc que l'effet serait le même que si la marge de fluctuation était étroite? Si le prix de vente d'un article de marque, du sucre par exemple, baisse de 10 à 25c., diriez-vous que la situation privilégiée dont il jouit sur le marché en souffrirait?—R. Si cela se produisait dans tout le pays. Vous voulez dire qu'il y aurait eu quelque modification du coût des matières premières ou de la main-d'œuvre, ou est-ce que vous entendez que le détaillant ou le fabricant sont obligés de réduire leur marges?

D. Supposons que le fabricant maintient la qualité de son produit mais que le prix de revente baisse. Cela nuirait-il, à votre avis, à la position privilégiée de cet article sur le marché?—R. Je ne crois pas que le détaillant continuerait à vendre cet article parce que sa marge ne serait pas assez importante.

D. Disons que le fabricant rabaisse le prix qu'il demande au détaillant. —R. Sans réduire la qualité de l'article?

D. Sans en diminuer la qualité; diriez-vous alors que la situation privilégiée dont jouit l'article sur le marché en souffrirait?—R. Non, je ne dirais pas cela, mais je doute qu'il lui soit possible de maintenir la qualité du produit dans ces circonstances.

D. Admettrez-vous avec moi que cela dépendrait de l'ensemble des profits que réalise toute l'industrie?—R. Ou la société en question.

D. Est-ce vrai que, même aujourd'hui, on trouve à l'occasion un détaillant qui offre trois chemises portant une marque d'un prix spécial, plus bas que celui de chaque chemise achetée séparément?—R. Vous parlez d'un article dont le prix est fixé?

D. Oui.—R. C'est possible, cela dépend de la politique du fabricant. Par exemple, en ce qui concerne les chemises, il me semble que les prix varient à l'intérieur d'une marge de 5 cents; il est d'usage d'en vendre certaines avec une majoration de 95c., de 98c. ou d'un dollar.

D. Au cours des derniers jours, j'ai appris que le fabricant d'une certaine marque de chemises a autorisé (j'emploie ce mot sciemment) une vente spéciale de trois chemises pour un prix inférieur de 50 cents au prix normal. Seriez-vous d'avis qu'il a fait du tort à cet article en ce qui concerne la position privilégiée qu'il occupait auparavant sur le marché?—R. Non, pas en conséquence d'une telle modification de prix.

D. Vous craignez beaucoup l'effet que pourrait avoir la réduction du prix d'une chemise bien qu'en fait, on y ait recours aujourd'hui.—R. Oui, avec l'approbation du fabricant; je dirais même que celui-ci s'appuie sur de très bonnes raisons.

D. Au cours de votre témoignage, le 23 novembre, vous avez indiqué que, dans bon nombre de cas, le détaillant est obligé de placer ses commandes

longtemps à l'avance, et vous avez cité comme exemple les vêtements d'été qu'il fallait acheter au mois de février ou mars; vous avez également déclaré en substance qu'il fallait vendre la marchandise à un prix fixé pendant l'été, afin de garantir aux détaillants une certaine stabilité. Diriez-vous que le fabricant lui donne l'assurance catégorique qu'il ne se produira aucun changement de prix?—R. Non, je ne crois pas qu'on puisse donner une telle garantie.

D. Le détaillant court donc un risque?—R. En effet, il court un risque.

D. N'est-ce pas exact qu'aujourd'hui le détaillant est obligé d'acheter à l'avance lorsqu'il s'agit de marchandises dont le prix n'est pas fixé?—R. Oui, mais le risque qu'il court est beaucoup plus grand; généralement il n'achètera pas aussi longtemps d'avance.

D. Vous avez affirmé que les prix qui ne sont pas fixés n'accusent pas de grandes fluctuations; en vous appuyant sur vos propres pourcentages de majoration à l'égard des marchandises non assujéties à la fixation des prix, vous avez encore indiqué qu'il n'était pas probable qu'une fluctuation des prix de détail de ces marchandises se produise dans une période de six mois?—R. Tout cela dépend des six mois auxquels vous pensez. Si l'on prend par exemple le semestre actuel, des fluctuations surprenantes pourraient se produire.

Mme Fairclough:

D. D'abord, je poursuivrai l'idée de M. Shaw, en vous demandant s'il n'est pas exact qu'en ce qui concerne le commerce de détail (et je m'appuie en cela sur l'autorité d'un dirigeant de la société R. H. Macy), une réduction de prix n'a généralement aucun attrait pour la clientèle lorsqu'elle reste au-dessous de 20 p. 100 environ?—R. Cela dépend de la marchandise; la réduction devrait être de 20 p. 100, sinon elle n'attire pas le public.

D. Elle devrait être de 20 p. 100?—R. Il faut une grosse réduction pour attirer la clientèle.

D. L'autre jour, quand M. Rands (voir la page 262) a répondu à M. Thatcher, il a déclaré qu'en ce qui concernait les produits alimentaires, 15 p. 100 peut-être avaient un prix fixé. A mon avis, M. Rands était loin de la vérité; je suis même sûre qu'il se trompait. Les renseignements que j'ai pu me procurer, indiqueraient que les articles réellement assujétis à la fixation des prix, ne représentent qu'une proportion de ·066; il existe d'autre part des prix de revente minimums proposés qui représentent peut-être 10 p. 100 du total; mais même ce chiffre de ·066 comprend des articles comme le papier hygiénique, les cigarettes, les tablettes de chocolat et la gomme à mâcher. Il est possible de considérer les tablettes de chocolat comme des produits alimentaires, mais certainement pas les autres marchandises.

Le PRÉSIDENT: Pouvez-vous nous indiquer la source de ces données?

Mme FAIRCLOUGH: Je n'aimerais pas nommer le magasin, mais il s'agit d'une grande entreprise à succursales multiples.

Mme Fairclough:

D. Est-ce exact, Monsieur Harris?—R. Je ne connais pas assez bien le commerce des produits alimentaires pour me permettre d'affirmer quelque chose, mais je dirais que l'on peut, en général, se fier aux chiffres que fournissent les magasins à succursales multiples.

D. Diriez-vous des petits magasins de produits alimentaires,—qu'on appelle généralement, dans cette branche de commerce, "le petit épicier du coin",—qu'ils ont en magasin environ 1,250 articles différents?—R. Ils en ont une grande quantité.

D. Dans les grandes épiceries modernes, on trouve 2,700 produits différents. Ce nombre ne comprend, même dans les grands magasins, guère plus de 50

catégories d'articles dont le prix est fixé; or, 15 p. 100 représenterait environ 400 produits; il semble donc que nous avons là un très grand écart.

Ne diriez-vous pas que M. Rands avait tout autre chose à l'esprit en faisant cette déclaration et qu'il a risqué cette conjecture au hasard?—R. Je serais heureux de le vérifier auprès de M. Rands.

D. Je regrette qu'il ne soit pas ici, parce que je suis d'avis qu'il s'est trompé.

Le PRÉSIDENT: L'un ou l'autre de vos collègues serait-il dans le commerce des produits alimentaires, Monsieur Harris?

Le TÉMOIN: Aucun n'en fait partie.

Mme Fairclough:

D. Étant donné que nous n'aurons pas l'occasion de poser des questions au seul membre apparemment de votre branche de commerce, qui est d'avis différent, je me demande si vous voudriez bien faire quelque observations au sujet du mémoire qu'a présenté la société T. Eaton dont vous avez pris connaissance, je crois?—R. Je l'ai vu dans la presse quotidienne; je suppose qu'il s'agissait du mémoire de la *T. Eaton Company* et j'hésite à faire des suppositions ou des observations au sujet de la façon de penser d'un autre détaillant. La société Eaton est en réalité le colosse du commerce de détail canadien et je suppose que son chiffre d'affaires atteint un multiple du volume de celui de n'importe quel autre commerçant.

L'hon. M. GOLDING: N'avons-nous pas adopté une résolution prévoyant que ceux qui comparaissent ici ne peuvent être interrogés qu'au sujet de leur propre mémoire?

Le PRÉSIDENT: C'est exact; j'ai interrompu hier le ministre de la Justice lorsqu'il a abordé la même question.

Mme FAIRCLOUGH: C'est vrai, mais nous avons ici une opinion entièrement opposée que nous n'aurons pas l'occasion d'approfondir. Il s'agit d'un membre de la fédération des détaillants et il me semble que par conséquent, il y aurait lieu de considérer son mémoire comme supplément de celui que nous a soumis la fédération.

Le PRÉSIDENT: Je suis du même avis. D'ailleurs, quand M. Harris était ici la dernière fois, j'ai lu le télégramme à l'effet que cette société se dissociait de l'avis exprimé dans ce mémoire. En d'autres termes, il y avait d'autres opinions au sein de la fédération du commerce au détail et je ne sais jusqu'à quel point M. Harris avait connaissance de l'autre mémoire.

L'honorable M. GARSON: A mon avis, il y a un stratagème auquel j'aurais pu recourir moi-même hier, mais j'ai pensé qu'il valait mieux ne pas créer de précédent. Ne pourriez-vous pas soumettre au témoin, comme émanant de vous, tout extrait du mémoire que vous voudrez, en lui demandant s'il est d'accord?

Mme FAIRCLOUCH: Je n'aimerais pas le faire dans les dix minutes dont je dispose, parce que j'ai d'autres choses à lui demander.

Le PRÉSIDENT: Le témoin comprendra qu'il n'est pas obligé de faire des observations. Continuez; vous n'avez d'ailleurs plus que trois minutes.

Mme Fairclough:

D. Monsieur Harris, êtes-vous d'accord qu'il existe en général, dans le commerce de détail, de grands écarts en ce qui concerne les marges de bénéfices et qu'il ne vous est guère possible, par exemple, de comparer la majoration sur les cigarettes à celle qui existe sur les réfrigérateurs?—R. C'est juste.

D. Vous ne pouvez comparer la majoration du prix des produits alimentaires à celle du prix de la bijouterie?—R. Non.

D. Par conséquent, ne diriez-vous pas qu'une seule règle ne peut s'appliquer à tout?—R. C'est exact.

D. En ce qui concerne le texte du rapport de la Commission MacQuarrie, dont il a déjà été question, nous n'avons pas concentré notre attention sur des cas isolés de fixation des prix et leurs conséquences probablement toutes particulières; ce point est important, car si on limitait l'application du prix fixé de revente, à un nombre restreint de marchandises, le problème ne mériterait pas d'être examiné par le gouvernement.

Il me semble d'autre part, que c'est l'opposé de ce qui a eu lieu. Le nombre de produits est peu considérable. Si l'on s'en tenait à vos observations, ainsi qu'au texte du rapport, le problème ne mériterait donc guère d'être examiné par le gouvernement?—R. Eh bien! monsieur le président, il me semble, comme je l'ai déjà dit, qu'il est honteux pour un comité, de présenter un rapport qui se livre à de telles généralisations sans s'appuyer sur des faits, et qui pourrait fort bien forcer des milliers de gens à abandonner les affaires.

D. Et les plus lésés seraient probablement ceux qui n'utilisent que la marge la plus étroite?—R. En effet.

D. Vous rangez-vous à cet avis?—R. Oui.

D. Les gens qui bénéficient d'une marge importante forment la minorité. Il s'agit d'un petit nombre de magasins, de marchands, beaucoup moins susceptibles d'être lésés que la grande masse des petits détaillants qui font le commerce d'articles pour lesquels la marge de bénéfice est étroite. Est-ce exact?—R. Je serais d'accord avec vous si vous limitiez votre affirmation aux domaines dans lesquels s'applique la fixation des prix de revente.

L'hon. M. GARSON: C'est une réserve importante.

Le PRÉSIDENT: C'est votre dernière question.

Mme FAIRCLOUGH: Je consens à laisser ma dernière question au sénateur afin qu'il poursuive son interrogatoire sur le mémoire Eaton, s'il le désire.

L'hon. M. LAMBERT: Un mot au sujet d'une question que j'ai posée au témoin, la dernière fois qu'il a comparu. D'après lui, 82 p. 100 du volume des affaires que font les membres de son association sont le fait de magasins autres que les magasins à succursales multiples ou à rayons. Vous avez dit que les magasins à rayons vendent pour environ 17 p. 100?

Le TÉMOIN: Je ne parlais pas de nos membres, sénateur. Mes chiffres se rapportaient au pays tout entier. Le volume des affaires des magasins indépendants représente 72 p. 100 du total.

Le PRÉSIDENT: 72 p. 100?

Le TÉMOIN: Oui.

L'hon. M. Lambert:

D. Vous êtes prêt à affirmer que des firmes, institutions, boutiques ou magasins qui n'ont rien d'un magasin à rayon ou d'un magasin à succursales multiples font 72 p. 100 du volume total des affaires?—R. A mon avis, toutes les affaires, aujourd'hui, se font sous le régime de la concurrence. On ne peut pas établir de telles distinctions.

D. Présentons la chose autrement. Vous avez dit que votre association compte environ 40,000 marchands au Canada?

M. BEAUDRY: Cent...

L'hon. M. Lambert:

D. Apparemment, les magasins à rayons ou à succursales multiples représentent un faible pourcentage. Maintenant, en ce qui concerne la fixation des prix de revente, ai-je le moindrement raison de supposer qu'elle résulte d'une

collaboration libre entre le fabricant et le grand nombre ou la vaste majorité de ces 40,000 personnes, de ces 40,000 institutions qui font partie de votre association? Peut-on décrire ainsi ce qui s'est passé? Vous avez dit, je le sais, que c'est le fabricant qui en a pris l'initiative, mais les détaillants ont dû s'empresser de collaborer pour que le procédé soit aussi généralisé qu'il l'est actuellement. —R. Monsieur le président, la réponse à cette question, c'est qu'une majorité écrasante de détaillants sont en faveur de la fixation des prix. Ils doivent la juger utile et collaborer de tout cœur avec les fabricants.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Lambert, je viens de penser à quelque chose. J'ai une liste de personnes qui veulent prendre la parole. Or je pensais que vous ne vouliez commenter qu'une seule question. Je prépare la liste dès que nous formons quorum, afin d'encourager les gens à arriver à 10 heures et demie. Nous n'avons eu aucun mal à commencer à l'heure indiquée.

L'hon. M. LAMBERT: Je voulais faire ressortir un point relativement à Eaton et aux magasins à rayons.

Le PRÉSIDENT: Je vais inscrire votre nom; vous pourrez parler à votre tour, si d'autres terminent leur interrogatoire.

L'hon. M. LAMBERT: C'est bien.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Garson.

L'hon. M. Garson:

D. Monsieur Harris, vous avez répété deux ou trois fois que votre mémoire actuel n'est pas concluant mais qu'il sert d'indication. Il sert à indiquer quoi?— R. Qu'en thèse générale, les produits dont le prix est fixé assurent au détaillant une marge de bénéfice plus faible que ceux dont le prix est facultatif.

D. Mais pas nécessairement que le prix d'un article donné se compare désavantageusement, ou autrement, à celui d'un autre?—R. Vous voulez dire chemise pour chemise? Non.

D. Oui?—R. Je parle de la majoration seulement.

D. De vos observations j'ai conclu qu'en établissant cette comparaison entre un article à prix fixé et un autre à prix non fixé, vous avez voulu parler de deux articles de même prix?—R. Autant que possible.

D. Voici où je veux en venir. Pour ce qui est du cas concret dont vous avez parlé, celui des deux chemises de $2 dont l'une se vend à prix fixé et l'autre ne comporte aucun prix établi, le bénéfice du détaillant est de 70c. en ce qui concerne celle dont le prix n'est pas maintenu. Cela veut dire que le fabricant la vend $1.30 au détaillant?—R. Oui.

D. Dans l'autre cas, si le bénéfice du détaillant est de 60c., l'industriel la lui a vendue $1.40. La conclusion à laquelle j'en arrive,—elle découle de vos propos,—c'est que même si la majoration est plus élevée dans un cas que dans l'autre, le prix au consommateur est, en définitive, le même, puisque vous avez commencé par le même prix.—R. C'est-à-dire que dans votre exemple vous avez commencé par le même prix.

D. Non, non.—R. Vous êtes parti de $2 et vous êtes revenu en arrière.

D. Pour être sûr d'avoir deux chemises à peu près comparables, n'avez-vous pas, en établissant votre comparaison, choisi deux chemises qui se vendent le même prix?—R. Oui.

D. N'est-ce pas conforme au bon sens? En effet, l'une des raisons pour lesquelles le grossiste demande plus cher pour l'article à prix fixé, c'est que son prix comprend beaucoup de réclame.—R. Oui et non.

D. Ces chemises dont vous parlez ne sont-elles pas des marques réputées et bien annoncées?—R. Oui, en général, mais prenons le facteur réclame que comporte un article. Prenons les deux chemises à $2. L'une, qui n'a pas de

marque, n'est pas connue du public. L'autre porte une marque fameuse; bien connue du public, elle a fait ses preuves. Pour vendre ces deux chemises, chaque détaillant en particulier doit consacrer ses efforts à annoncer celle qui n'a pas de marque, celle dont le prix n'est pas fixé. . .

D. Oui, certes.—R. . .ce qui est peu profitable, par rapport à l'autre.

D. Je vous le concède, mais ne convenez-vous pas que si le détaillant doit pousser la vente de l'article qui ne porte pas de marque c'est parce que le fabricant ne l'a pas fait lui-même?—R. C'est évident.

D. Mais lorsque l'industriel s'en est chargé, le détaillant n'a pas besoin de le faire?—R. Oui.

D. Ainsi donc, vous nous présentez ce matin une foule de vérités de La Palisse que nous pouvions connaître avant même que vous eussiez commencé votre témoignage? N'est-ce pas exact?—R. Eh bien, je n'irais pas jusque là.

D. Vous prétendez que la marque de commerce est un symbole de qualité. Je veux dire un mot à ce sujet et citer un exemple. Qu'on me permette de rappeler le cas qui s'est présenté hier, au sujet de l'aspirine. Au Canada, nous a-t-on dit, l'aspirine Bayer se vend 79c., tandis qu'un produit en tous points identique se vend 19c., pour la même quantité, lorsque le prix n'en est pas maintenu.

Allez-vous prétendre que c'est là un exemple de l'intégrité du fabricant, quand il demande 79c. pour un article que le public pourrait obtenir, qualité et quantité étant égales, pour 19c?—R. Je ne connais pas les circonstances qui entourent la vente de l'aspirine Bayer.

D. Vous n'avez aucune opinion à exprimer là-dessus?—R. Je préfère ne pas me prononcer.

D. Prenons un autre cas assez bien connu. Vendez-vous, par hasard, du savon dans votre magasin?—R. Pas du savon de lessive.

D. Je vois que vous devinez d'avance quelle sera ma question.—R. Je vends du savon de toilette.

D. Eh bien, la compagnie Proctor and Gamble fabrique un certain nombre de marques de savons, n'est-ce-pas? Le savon Ivory, par exemple?—R. Oui.

D. Reconnaissez-vous que le prix n'en est pas fixé?—R. Le savon de la compagnie Proctor and Gamble?

D. Oui?—R. Je ne sais pas.

D. Je vais faire cette affirmation et je suis sûr que vous ne la contredirez pas. Le prix n'en est pas fixé.—R. Il ne l'est pas?

D. Non. Diriez-vous que dans l'esprit du grand public le savon Ivory passe pour inférieur, mettons au. . .

Le PRÉSIDENT: Lifebuoy.

L'hon. M. Garson:

D. Non, un autre savon de lessive comme le Savon-Soleil?—R. Encore une fois, je ne sais pas. A mon avis, les ménagères pourraient répondre mieux que moi.

D. Je pensais que vous comparaissiez en tant que spécialiste des questions à l'égard desquelles vous témoignez.—R. A mon avis, c'est trop demander que d'exiger de quelqu'un qu'il soit spécialiste dans tous les domaines de la vente au détail.

L'hon. M. HORNER: C'est un sujet glissant.

L'hon. M. Garson:

D. Bon. A ce propos, monsieur Harris, n'est-il pas exact qu'il suffirait de modifier très légèrement votre déclaration pour la rendre tout à fait précise? Vous dites que, dans l'esprit du public, une marque de commerce est une

garantie de qualité. Nous pouvons tous, je crois, en convenir avec vous, mais je prétends que cette marque ne se complète pas nécessairement par la fixation des prix de revente.—R. La marque de commerce est une garantie sous-entendue de qualité.

D. Fort bien, mais ne reconnaissez-vous pas qu'elle n'est pas nécessairement associée au maintien des prix de revente?—R. Non, monsieur. Vous vous rappelez que j'ai donné, la semaine dernière, des exemples de produits portant une marque de commerce mais dont le prix n'est pas fixé. Je vous ai parlé du grave préjudice qu'ils avaient subi dans la vente au détail, du peu de satisfaction qu'ils avaient procuré aux détaillants. J'ai cité le cas des sous-vêtements. Vous vous en souvenez peut-être.

D. Vous ne pouvez guère, je suppose, faire de commentaires sur le savon Proctor and Gamble?—R. Je ne le peux pas.

D. Cette compagnie n'a-t-elle pas, cependant, réussi depuis longtemps à bien écouler ses produits, d'une façon satisfaisante pour le consommateur?—R. Je le pense.

D. C'est tout.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees?

M. HEES: Je renonce à mon temps de parole afin de permettre à M. Harris de continuer de répondre à la question que Mme Fairclough lui a posée. Il n'a pas, semble-t-il, eu le temps d'y répondre. Je parle du mémoire de la société Eaton.

Le PRÉSIDENT: Répétez la question.

M. HEES: M. Harris avait a demi terminé sa réponse.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous d'autres observations à formuler?

Le TÉMOIN: Je ne me souviens plus de la question.

Le PRÉSIDENT: Moi aussi. C'est pourquoi j'ai demandé à M. Hees de bien vouloir répéter la question de Mme Fairclough.

M. HEES: Mme Fairclough a demandé s'il pourrait nous dire un mot du mémoire Eaton, que nous connaissons assez mal, je pense. Étant donné que la société Eaton fait partie de cette association, il serait intéressant que le témoin nous présentât ses commentaires sur ce mémoire.

Le TÉMOIN: Monsieur le président, ce n'est peut-être pas très juste envers la T. Eaton Company. Il y aurait lieu, à mon avis je souhaite que ce soit possible, de convoquer la compagnie Eaton. Il serait intéressant de savoir pourquoi la plus grande société commerciale du Canada se joint au gouvernement pour appuyer l'abolition de la fixation des prix.

Le PRÉSIDENT: Je ne pense pas qu'elle se soit nécessairement jointe au gouvernement, monsieur Harris. Cette société a, de son propre chef, présenté un factum au comité. Elle a fait circuler ce factum, qui va bientôt être imprimé. Elle y exprime une opinion réfléchie, qui aidera plus ou moins les membres du Comité à se former une opinion. Toutefois, je pense que vous avez peut-être raison lorsque vous refusez de commenter un mémoire qui n'émane pas de vous. C'est votre droit. Nous comptons, bien entendu, que vous allez commenter votre propre mémoire mais vous avez parfaitement le droit de ne pas parler du mémoire Eaton.

M. HEES: Je n'ai pas d'autre question.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Harrison?

M. Harrison:

D. Monsieur Harris, j'aimerais commencer par le principe dont s'inspire la fixation des prix et, dans cet ordre d'idées, j'aimerais vous signaler que, de toutes les associations au Canada, la vôtre est peut-être celle qui souscrit le plus

ouvertement au principe de la libre entreprise. Ai-je raison de m'exprimer ainsi? —R. Nous souscrivons sûrement au principe de l'entreprise libre.

D. Dans ce même ordre d'idées, êtes-vous de mon avis quand j'affirme que la meilleure liberté possible pour l'individu est celle qui lui assure la plus grande mesure de liberté sans lui permettre de nuire à son voisin? Voilà ce que désirent tous les tenants du régime de l'entreprise libre. L'individu doit jouir de la plus grande mesure possible de liberté, pourvu qu'il n'entrave pas les droits d'autrui.— R. Voilà qui est bon pour tout le monde, à mon sens.

D. Eh bien! dans ce cas-là, estimez-vous que la fixation des prix est conforme à ce principe, étant donné que le fabricant propose un prix de détail au détaillant? Autrement dit, les deux s'entendent pour maintenir ce prix, sans consulter les consommateurs qui sont de beaucoup les plus nombreux. Les consommateurs n'ont aucune voix au chapitre; effectivement, donc, cela porte atteinte à leur liberté?—R. Je ne suis nettement pas de votre avis, monsieur Harrison. Le public se fait entendre à chaque heure du jour. Sa voix est la plus puissante de toutes. Il peut accepter ou rejeter le produit, en l'achetant ou en ne l'achetant pas.

D. Il n'a pas voix à l'accord primitif visant à fixer le prix à tel ou tel chiffre.— R. Je n'ai jamais entendu parler d'un moyen qui permettrait d'inviter 13 millions de personnes à établir un prix.

D. Voici mon autre série de questions. Ancien détaillant moi-même, je connais un peu les rouages du commerce. Quelques-unes des observations qui se trouvent au début de votre mémoire m'ont donc intéressé. Vous avez fait observer, au moyen des chiffres que vous avez cités, que les produits de qualité identique se vendent le même prix, qu'il y ait fixation des prix ou pas et que, pourtant, la majoration, qui constitue le bénéfice, est plus élevée lorsque le prix n'est pas fixé. Cela ne donne-t-il pas à entendre que la tendance vers une moindre majoration, dans le cas des produits à prix fixé, démontre, d'après les chiffres que vous avez fournis, que le détaillant se fait coincer, en ce qui concerne les produits dont le prix est fixé? Qu'avez-vous à dire à ce sujet? Ne le pressure-t-on pas un peu, en ce qui concerne les produits à prix établi, puisqu'il doit vendre les deux sortes de produits le même prix et que la qualité en est comparable?— R. C'est le détaillant qui vous intéresse.

D. Je m'intéresse au détaillant, dans ce cas-ci.—R. Je parle du point de vue du détaillant. Le détaillant s'intéresse au résultat général que procure la vente d'un produit. La majoration peut être beaucoup moins élevée, le rythme des ventes peut être plus rapide. Les pertes dues au défraîchissement peuvent, si l'on veut, être moins considérables parce que le produit est recouvert de cellophane plutôt que livré en vrac. Tous ces éléments interviennent et décident quel produit lui rapporte le plus. Généralement parlant, le produit à prix fixé se vend le mieux; il donne lieu à moins de réductions, ce qui tend à tout équilibrer.

D. Je suis heureux d'obtenir cette explication car, sans cela, vos chiffres démontrent que j'avais primitivement raison de croire que le détaillant se fait pressurer, en ce qui a trait aux produits à prix établi. En soi, c'est ce que prouvent vos chiffres?—R. Oui.

D. J'ai ici quelques questions que m'a laissées un membre du Comité qui ne pouvait assister à la séance. Elles ont trait au mémoire soumis par la T. Eaton Company. Vous n'êtes pas tenu de répondre à certaines d'entre elles, à moins que vous ne le vouliez. Il veut savoir combien l'association des détaillants compte de membres. Vous avez dit, je pense, 40,000?—R. J'ai dit que, au meilleur de nos calculs, nous avons entre 40,000 et 50,000 affiliés.

D. Voici la deuxième question: combien de membres de cette association appuient l'opinion minoritaire exprimée dans le télégramme de la T. Eaton Company?—R. Nous n'avons pas vérifié, mais les réponses à notre questionnaire indiquent que la très grande majorité sont en faveur du maintien des prix.

D. Je ne pense pas que vous veuillez répondre à la troisième question. Elle est plutôt dans le sens de celles de M. Hees et de Mme Fairclough. Je me demande si vous ne consentiriez pas à commenter l'opinion exprimée par la T. Eaton Company. Mais je suppose que vous préférez ne pas y répondre.—R. Ça me tente, mais je ne le ferai pas.

Mme FAIRCLOUGH: Remarquable modération!

M. Harrison:

D. Croyez-vous que la T. Eaton Company et d'autres réduisent leurs majorations à l'égard de ces produits, advenant l'abolition de la fixation des prix?—R. Il ne faut pas, dans sa question, désigner une compagnie en particulier, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Ce serait plus équitable.

Le TÉMOIN: Supposons qu'il existe une grande et puissante société, puis rapportons-nous à une seule et même localité. Prenons, encore une fois, l'exemple des chemises; restons-en aux chemises. La compagnie prendra des chemises et les vendra moitié prix, ce qui attirera dans son établissement une multitude de clients. Or elle vend probablement sa propre marque en même temps; il est donc dans son intérêt de détruire l'autre marque en faveur de la sienne.

M. Harrison:

D. Cela peut être la même chose.—R. Ainsi donc, en réduisant les prix, elle peut détruire l'autre marque et en compromettre la vente dans cette localité-là en particulier.

D. N'est-il pas exact que la T. Eaton vend, dans bien des cas, ses propres marques? Sans doute ces produits sont-ils tout à fait identiques à ceux qui portent des marques de commerce annoncées d'un bout à l'autre du pays.—R. Je ne saurais répondre à cette question.

M. HARRISON: Merci.

Le PRÉSIDENT: La parole est maintennat à M. Thatcher.

M. Thatcher:

D. M. Harris pourrait-il nous dire s'il connaît les noms d'autres détaillants membres de son association qui, comme la T. Eaton Company, s'opposent à ce principe?—R. Non, je n'en connais pas.

D. Selon vous, tous les détaillants qui font partie de votre association souscrivent à votre mémoire?—R. Non. Je ne crois pas avoir dit cela. Je crois avoir bien précisé, la semaine dernière, qu'un certain nombre d'entre eux s'opposent à la fixation des prix, mais que la très grande majorité la favorisent.

D. Vous ne pouvez pas en désigner d'autres ce matin?—R. Vous voulez dire, qui ne sont pas en faveur?

D. Oui. Si vous n'avez pas ces renseignements à la main, peu importe. —R. Nous les avons à la main, oui. Monsieur le président, ces détaillants ont permis qu'on donne leur nom lorsqu'il s'agirait de s'opposer au principe en cause.

D. Oui. C'est-à-dire de s'opposer à votre mémoire?—R. Non, de s'opposer au principe de la fixation des prix de revente. Afin de tout tirer au clair, voici la dépêche qui a été envoyée:

> Représentants de la Fédération doivent comparaître de nouveau vendredi devant Comité mixte chargé étude législation relative aux coalitions. Nous désirons communiquer au Comité, à ce moment-là, noms des compagnies-membres qui s'opposent à la fixation des prix de revente. Veuillez nous autoriser à inclure nom de votre société. Répondre immédiatement, s.v.p.

Voici les noms de ceux qui ont répondu: M. N. A. Gowdy, Kitchener (Ontario); Henry Morgan and Co. Limited, Montréal; Murphy-Gamble Limited, Ottawa; Calp's, Saint-Jean (N.-B.); Johnstone Walker Limited, Edmonton; C. J. Eames and Son, Limited, Hamilton (Ontario).

D. Un certain nombre de ces établissements sont, bien entendu, des magasins à rayons? A quel négoce se livre M. Gowdy?—R. C'est un magasin général, à rayons.

D. Et Calp's?

M. STUART: Calp's est un magasin de vêtements, pour hommes et pour dames, de Saint-Jean.

M. THATCHER: Et Johnstone Walker Limited?

Le TÉMOIN: C'est un établissement d'Edmonton. Peut-être M. Shaw le connaît-il.

M. SHAW: Je n'ai aucune idée, monsieur le président.

Le TÉMOIN: C'est un petit magasin à rayons.

M. THATCHER: La majorité des protestations viennent de magasins à rayons.

Le TÉMOIN: Oui.

M. THATCHER: De grands magasins à rayons, dans la plupart des cas?

Le TÉMOIN: Oui.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Avez-vous adressé cette demande à tous les détaillants qui font partie de l'association?

Le TÉMOIN: Non. Seulement à ceux qui s'étaient dits opposés au maintien des prix. Nous avons ici ceux qui nous ont autorisés à révéler leurs noms.

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): Y en a-t-il d'autres qui n'ont pas répondu?

M. THATCHER: Je n'ai que dix minutes, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Je vous accorderai une minute de plus monsieur Thatcher. Peut-être M. Harris voudra-t-il préciser la façon dont on s'est mis en relations avec ces gens et nous dire si certains détaillants s'opposaient à la fixation des prix de revente mais n'ont pas voulu qu'on révélât leurs noms.

Le TÉMOIN: Oui, il y en a eu; ils sont au nombre de deux.

M. HARRISON: Combien de télégrammes M. Harris a-t-il envoyés, en tout?

M. THATCHER: Bien entendu, cet échange ne compte pas sur mon temps de parole, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Non, cela ne compte pas.

Le TÉMOIN: Huit.

Le PRÉSIDENT: Vous avez, dites-vous, envoyé huit dépêches?

Le TÉMOIN: Oui.

Le PRÉSIDENT: Vous avez lu les noms de ceux qui vous y ont autorisé; en outre, deux autres s'opposent à la fixation mais n'ont pas voulu qu'on révèle leur nom?

L'hon. M. BEAUBIEN (*président conjoint*): J'aimerais être tout à fait fixé là-dessus. Avez-vous envoyé ce télégramme à tous les détaillants affiliés à votre association?

Le TÉMOIN: Non, monsieur. Nous ne pouvions pas envoyer des télégrammes à tous les détaillants du Canada. Le mieux que nous pouvions faire était d'en adresser un à tous ceux qui, en réponse au questionnaire précédemment

distribué, avaient exprimé leur opposition. Nous avons demandé à nos affiliés: "Les membres de votre société sont-ils opposés à la fixation des prix de revente ou sont-ils en faveur de ce procédé?"

Le PRÉSIDENT: Je vous ajoute deux minutes à votre temps de parole, monsieur Thatcher.

M. Thatcher:

D. A mon avis, les noms des sociétés que M. Harris vient de nous communiquer sont importants en ce qu'ils révèlent que, pour ce qui est du commerce de détail, les maisons qui tiennent le plus à l'abolition de cette pratique sont les grands magasins à rayons, dans tous les coins du pays. Ce n'est pas toujours le cas, mais c'est la tendance. Voilà les termes dont M. Harris s'est servi antérieurement. A mon avis, il y a lieu de remercier M. Harris d'avoir saisi le Comité, ce matin, du premier chiffre sérieux qui nous ait été soumis en ce qui concerne la fixation des prix de revente. Je ferai respectueusement observer au ministre que parmi les fonctions du service d'enquêtes en matière de coalitions, il y a celle de communiquer au Comité tous chiffres contraires à ceux-ci, afin que nous les ayons à notre disposition. M. Harris a déclaré sans ambages que ces chiffres ne sont pas, nécessairement, tous importants, mais qu'ils démontrent que, pour ce qui est de ces produits en particulier, la majoration relative aux produits dont le prix est fixé est, effectivement, inférieure à celle qui a cours pour les produits dont le prix n'est pas établi, dans ces divers rayons. Je commence par demander à M. Harris de me donner les chiffres précis suivants: Si le Gouvernement présente son projet de loi et si le bill est adopté, que pensez-vous qu'il adviendra des produits à prix établi dont vous avez fait l'énumération? Croyez-vous qu'une forte concurrence en fera baisser le prix ou, d'autre part, les prix risquent-ils de monter là où la majoration est, dans l'ensemble, comparable à celle qui s'applique aux produits dont le prix n'est pas maintenu?—R. Monsieur le président, il existe une majoration conforme aux lois de l'économie en deça de laquelle tout magasin s'expose à la faillite. Un magasin peut réduire ses prix, diminuer sa majoration normale pendant une période de temps limitée, afin d'attirer les clients, d'en augmenter le nombre, mais il ne peut pas agir ainsi indéfiniment. Advenant l'abolition de la fixation des prix, voici ce qui arrivera: certains détaillants prendront les articles à prix établi les plus populaires, les mieux connus. Ils en réduiront le prix et essaieront de le maintenir à ce niveau avili jusqu'à ce que le petit détaillant s'aperçoive qu'il ne gagne plus d'argent à les vendre. Mais ils ne pourront pas fonctionner à ce rythme-là indéfiniment. Une fois que la distribution sera compromise dans un centre donné et lorsque,— je suir sûr que cela se produira,— leurs concurrents auront subi un grave préjudice, il faudra relever les prix.

D. Selon vous, donc, il pourrait y avoir une diminution provisoire des prix, suivie probablement d'un relèvement de la majoration?—R. Comme je le faisais observer vendredi dernier, le bénéfice du détaillant s'établit, en moyenne, aux alentours de 2·9 p. 100. Cela ne lui permet pas de comprimer son bénéfice pendant une longue période de temps.

D. Pourriez-vous me dire si, actuellement, le maintien des prix de revente est rigoureusement appliqué? Permet-on, au contraire, une certaine fluctuation? Ainsi, je viens de me rappeler qu'avant la guerre, les marchands d'automobiles avaient la faculté, lorsqu'un certain modèle était périmé, de réduire leurs prix; ou encore, les marchands de radios pouvaient diminuer leurs prix à la fin de la saison. Cela se fait-il toujours?—R. Oui. Cela se pratique aussi à l'égard des tissus. Généralement parlant, on a, deux fois par année, pleine faculté de réduire les prix afin de liquider la marchandise.

D. On n'interdit pas, en toutes circonstances, aux marchands de réduire même les prix des produits à prix fixé?—R. Non.

D. L'un des principaux arguments qu'on invoque contre ce procédé c'est qu'il entrave effectivement la concurrence. Prenons le cas d'un de ces articles dont vous avez parlé aujourd'hui, les chemises d'hommes par exemple. Selon vous, le maintien des prix de revente a-t-il supprimé la concurrence à l'égard des chemises?—R. C'est tout juste le contraire. A mon sens, la concurrence, pour ce qui est des chemises, est plus vive que jamais. Trois ou quatre marques de chemises particulièrement bien connues se font une concurrence de tous les instants.

D. Vous n'êtes pas d'accord avec M. MacQuarrie lorsqu'il affirme que cette pratique a restreint la concurrence?—R. Non, je ne suis pas de son avis.

L'hon. M. GARSON: Il a dit qu'elle entravait la concurrence en matière de prix, mais non pas la concurrence tout court.

M. THATCHER: J'accepte la mise au point. Monsieur Harris, aimeriez-vous modifier votre réponse?

Le TÉMOIN: Non. S'il m'est permis de répondre au ministre à ce sujet-là, je lui dirai que rien n'empêche les quatre fabricants en question de se concurrencer dans le domaine des prix; c'est d'ailleurs ce qu'ils font.

M. Thatcher:

D. Y a-t-il dans la liste que vous avez dressée, monsieur Harris, un article en particulier à l'égard duquel la concurrence n'est pas intense?—R. La concurrence est vive dans tous les domaines.

D. D'après vous, alors, l'observation de M. MacQuarrie était plutôt académique que pratique?—R. Je dirais qu'elle était très académique.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous fini, monsieur Thatcher? Merci. La parole est à M. Beaudry.

M. BEAUDRY: J'ai un petit cas de conscience. En interrogeant M. Harris, le ministre a exposé le cas hypothétique de deux chemises qui se vendent au prix hypothétique de $2. Dans le cas de la chemise à prix libre, le détaillant paie $1.30, tandis qu'il paie $1.40 celle dont le prix est maintenu. Le ministre a déclaré que le prix de revient au fabricant de l'une de ces deux chemises, savoir, celle que le détaillant paie $1.40 renferme un élément important de frais de réclame. A mon sens, nous n'avons entendu aucun témoignage relativement à la publicité. Étant moi-même publicitaire, je suis un peu embarrassé de ce qu'on ait soulevé la question. Si j'y suis autorisé, j'aimerais demander au ministre de nous dire ce qu'il entend par beaucoup de réclame. En effet, aucun spécialiste n'est venu témoigner à ce propos et, tout en me refusant le titre de spécialiste en la matière, j'aimerais mettre les faits à jour. Je me suis donc demandé si M. Garson ne voudrait pas définir, de façon plus explicite, ce qu'il a voulu dire par beaucoup de réclame. A-t-il voulu dire beaucoup de réclame par rapport au volume total ou beaucoup de réclame par rapport à un cas précis?

L'hon. M. GARSON: Monsieur le président, il y a belle lurette qu'on ne m'a fait un aussi beau compliment. Somme toute, un éminent publicitaire comme M. Beaudry me demande mon avis de spécialiste sur la publicité.

M. BEAUDRY: Je ne l'ai pas demandé, monsieur.

L'hon. M. GARSON: Cependant, d'après les témoignages rendus aujourd'hui et en d'autres circonstances par le témoin, j'avais cru comprendre que la marque est la garantie de la qualité, que la vente de marchandises portant une marque implique qu'on s'assure de la qualité du produit, qu'ensuite on signale cette qualité à l'attention du public grâce à la réclame dont le fabricant se charge. Voilà sur quoi j'ai fondé ma réponse.

M. BEAUDRY: Oui, mais vous avez parlé d'une publicité étendue. On voudra bien me permettre de consigner au compte rendu ce que je sais par ma propre expérience de la publicité intense. J'ai été dans les affaires pendant un

assez grand nombre d'années et je dirais de façon très générale que les montants affectés à la publicité représentent dans l'ensemble de ½ p. 100 à 2 p. 100 du volume des ventes d'un fabricant. Je me demande si on peut dire que ce montant représente beaucoup de publicité. Le volume en est peut-être assez considérable, mais cet élément peut difficilement influer sur la marge du détaillant ou le prix au consommateur.

L'hon. M. GARSON: Si à la suite de ces observations on veut bien me permettre de poser une question au témoin, j'aimerais savoir pourquoi le grossiste exige un prix plus élevé du détaillant pour les produits de cette marque s'il ne lui en coûte pas plus cher pour en pousser la vente.

Le TÉMOIN: Je ne saurais répondre au nom de tous les fabricants au pays. J'oserais dire que la valeur s'y trouve.

L'hon. M. GARSON: M. Beaudry est peut-être en mesure de nous dire pourquoi il en est ainsi?

M. BEAUDRY: J'imaginais que la pratique d'interroger les membres du Comité n'était pas vue d'un bon œil.

Le PRÉSIDENT: M. Beaudry, c'est vous qui le premier avez interrogé un autre membre du comité.

M. BEAUDRY: Il s'agissait d'un cas bien spécial car j'étais personnellement en cause.

L'hon. M. GARSON: J'abandonne ma question.

M. Beaudry:

D. En réponse à une question vous avez déclaré, je crois, que vous ne pouviez pas vous prononcer sur l'acceptation d'une marque de savon dont les prix ne sont pas fixés de préférence à une autre marque dont les prix le sont, parce que vous n'étiez pas spécialiste en la matière. En votre qualité de chef de maison vous avez eu connaissance, n'est-ce pas, que des fabricants de savon, dont les produits ne sont pas assujétis à des prix fixés, distribuent des bons d'une valeur de 10 à 12c. chacun aux ménagères, ainsi que des primes?—R. Oui, et on voudra bien me permettre d'ajouter que j'ai entendu des détaillants dire que certains fabricants de savon ne fixent pas les prix et, en recourant à la pratique dont vous avez parlé, n'accordent au détaillant presque rien; de fait ils vendent ces produits à perte parce que les fabricants n'en maintiennent pas les prix.

D. Puis-je conclure que c'est là un moyen d'imposer sa marchandise au consommateur?—R. Je ne répondrai pas à cette question.

D. En vous interrogeant M. Shaw a fait ressortir,—et je crois qu'il a mentionné les chemises en particulier,—qu'à sa connaissance il arrive parfois qu'on vende trois chemises, à prix fixé, à 59c. de moins que le prix original des trois.

M. SHAW: Je n'ai pas cité ce montant à titre de donnée précise.

M. Beaudry:

D. Vous avez donné ce cas comme exemple et c'est ainsi que je le prends. Vous avez dit que la chose était arrivée, je crois. N'est-il pas vrai alors qu'une réduction des prix en vue d'augmenter le volume des affaires est encore un élément de la fixation des prix et qu'en conséquence la fixation des prix n'est pas radicalement opposée aux réductions de prix d'après une entente entre fabricants et détaillants?—R. Oui.

Le PRÉSIDENT: M. Harris me rappelle que M. Shaw lui a demandé la dernière fois de produire une lettre que son organisme a adressée à ses membres et il aimerait la consigner au compte rendu maintenant.

Le TÉMOIN: On a laissé entendre alors que nous avions peut-être exercé une pression indue sur nos membres afin de les porter à faire savoir à leurs représentants au Parlement qu'ils étaient en faveur de la fixation des prix de revente.

Si vous me le permettez je vais vous donner lecture du bulletin qu'on a envoyé le 19 octobre et qui est intitulé, "Sommaire du rapport intérimaire sur la fixation des prix de revente".

Un récent bulletin de la Fédération (Vol. II: n° 46, en date du 11 octobre) signale que le Gouvernement a l'intention de présenter au Parlement, au cours de la présente session, une mesure législative visant à interdire la fixation des prix de revente par les fabricants et formule certaines observations à ce propos. Le texte de la mesure projetée n'est pas encore disponible mais on a rendu public le rapport intérimaire que le comité MacQuarrie a fait au ministre de la Justice. C'est à la suite des vœux que renferme le rapport qu'on a demandé au Gouvernement de songer à présenter une mesure. Nous résumons dans ce Bulletin, pour la gouverne des membres de la Fédération, les principaux points du rapport du Comité.

Le comité définit la fixation des prix de revente comme "une pratique qui empêche le détaillant, le grossiste ou tout autre intermédiaire de revendre un produit à un prix inférieur à celui qui est fixé par le fournisseur, c'est-à-dire dans la plupart des cas, le manufacturier". Les mesures destinées à faire observer le prix prescrit peuvent revêtir plusieurs formes telles que les avertissements, les amendes, le refus de vendre, la suppression des rabais.

A propos de l'étendue de la pratique de la fixation des prix de revente le comité, tout en ne faisant aucune estimation, est convaincu que la pratique de la fixation des prix de revente est répandue, qu'elle s'étend à des groupes entiers de marchandises. Il ajoute qu'elle prend des proportions importantes et grandissantes. (La Fédération a déclaré dans le mémoire qu'elle a présenté au comité MacQuarrie que, en l'absence d'une enquête statistique approfondie, elle est d'avis que le pourcentage du commerce de détail effectué au Canada sous le régime de prix de revente proposés n'influe pas sur l'indice du coût de la vie.)

Le comité a reçu un grand nombre de mémoires sur le sujet dans lesquels on a exprimé des opinions différentes. En général, les associations représentant les fabricants, les grossistes et les détaillants se sont prononcées en faveur de la fixation des prix de revente tandis que les syndicats ouvriers, les coopératives, les associations de cultivateurs et de consommateurs étaient opposés à cette pratique. On a donné dans le rapport les arguments invoqués pour et contre la fixation des prix.

Les conclusions générales et les vœux du comité sont résumés en ces mots:

> Le comité a étudié le maintien des prix de revente à la lumière des deux critères exposés au début, à savoir: l'avantage d'une économie libre et le besoin d'efficacité économique. La conclusion générale à laquelle le comité a été amené à la suite de cette étude est que le maintien des prix de revente, pratiqué sur une échelle grandissante comme c'est actuellement le cas, n'est motivé ni par l'une ni par l'autre de ces normes. Il constitue une restriction réelle et peu souhaitable imposée à la concurrence par une entente ou une "loi" privée et il tend en général à décourager l'efficacité économique. Voilà pourquoi, à notre avis, la prescription et l'imposition de prix minima de revente doivent être considérées comme des manifestations d'une pratique restrictive ou monopolisatrice préjudiciable au bien-être général.
>
> Le comité recommande donc que soit considéré comme un délit, pour le manufacturier ou un autre fournisseur, le fait de:
>
> 1. Recommander ou prescrire des prix minima de revente pour ses produits.
>
> 2. Refuser de vendre, retirer une concession ou prendre toute autre mesure comme moyens d'imposer des prix minima de revente.

Il est à remarquer que le comité ne recommande pas que la prescription et l'imposition de prix de revente autres que les prix minima deviennent un délit. Les fournisseurs seraient donc libres de proposer et d'imposer des prix maxima de revente. Il ne faut pas oublier que la fixation d'un prix déterminé de revente comporte inévitablement la fixation d'un prix minimum.

Les journaux ont rapporté qu'il était question que le projet de loi, lorsqu'on le présenterait, serait déféré à un comité de la Chambre où les détaillants et autres pourraient exposer leurs points de vue. Il y a donc lieu de croire que, si on exerce une assez forte pression sur les députés ministériels au sujet de cette mesure législative, le bill pourra être déféré à un comité spécial. Dans ce cas, on pourrait se demander s'il serait adopté au cours de la présente session.

Tant qu'on n'aura pas des exemplaires du bill en main pour l'étudier, on ne saura commenter de façon intelligente la mesure proposée. Cependant, nous recommandons que les membres qui s'opposent énergiquement à la mesure projetée écrivent à leurs représentants au Parlement et demandent que le projet de loi soit déféré à un comité spécial de la Chambre, où les détaillants et les membres d'autres organismes auront l'occasion d'exposer leurs points de vue. Je soutiens, monsieur le président, que c'est là un exposé bien modéré et très équitable.

Le PRÉSIDENT: Tout le comité en conviendra, je crois.

M. SHAW: Comme je suis l'un de ceux qui ont demandé ce renseignement, je remercie M. Harris de nous l'avoir obtenu et je partage son avis. Il est regrettable que tous les autres n'aient pas envoyé des lettres aussi modérées.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Stuart?

M. Stuart:

D. Monsieur Harris, au cours de son interrogatoire, M. Beaudry a signalé qu'on distribuait des bons et recourait à d'autres moyens semblables pour encourager les gens à acheter de nombreux produits, parce les prix n'en sont pas fixés. Connaissez-vous des fabricants d'articles à prix fixés qui font beaucoup de publicité à la radio sous forme de programme "quiz" et autres, et qui offrent par ce moyen des milliers de dollars aux gens qui achètent leurs produits?—R. Je ne cherche pas à faire de plaisanteries...

D. Oui?—R. C'est la télévision qui m'intéresse maintenant. Je ne crois pas avoir écouté de programmes radiodiffusés depuis quelques années.

D. On voudra bien me permettre de consigner au compte rendu ce que je sais pertinemment à ce sujet.—R. Oui.

D. Il y a chez nous un grand nombre de fabricants d'articles à prix fixé qui font les frais de programmes fabuleux radiodiffusés de l'est à l'ouest sur le continent Nord-Américain,—non seulement au Canada mais aux États-Unis. Ils offrent des sommes fabuleuses en prix, et j'ai eu connaissance de cas où les montants accumulés atteignaient deux, trois et même quatre mille dollars et comprenaient jusqu'à 75 articles,—des pianos et autres choses. Est-ce que cette façon de procéder ne ressemble pas à celle du fabricant qui distribue des bons pour activer la vente de ses produits vu qu'il ne jouit pas de la protection que comporte la fixation des prix?—R. M. Beaudry est beaucoup plus en mesure de répondre à cette question que moi.

M. BEAUDRY: Je ferai observer que beaucoup de gens qui ne vendent pas d'articles à prix fixés ont également recours à cette pratique.

M. STUART: Un grand nombre de personnes ont déclaré en toute sincérité, je crois, que la mise en vigueur de la mesure projetée contraindrait des anciens combattants, qui se sont lancés dans le commerce depuis la dernière guerre, à abandonner les affaires, et on a présenté une certaine preuve à l'appui de cette

opinion. Ces affirmations ont un certain effet sur nous car nous ne voudrions pas qu'il en soit ainsi. Cependant, en y étudiant la chose je vois que Mme Fairclough a déclaré aujourd'hui que seulement $\frac{2}{3}$ p. 100 des denrées vendues dans les magasins de vivres, les épiceries, sont assujéties au régime de la fixation des prix.

Mme FAIRCLOUGH: ·066.

M. STUART: Soit $\frac{2}{3}$ p. 100, n'est-ce pas?

L'hon. M. GARSON: Non, beaucoup moins que cela.

M. STUART: Alors la situation est d'autant plus favorable.

M. BEAUDRY: Dans un magasin à succursales.

M. Stuart:

D. Il ne me reste que quelques minutes et je désire poser certaines questions au témoin. Pouvez-vous me dire quel est le nombre des détaillants au Canada, c'est-à-dire la proportion de ceux-ci, qui sont épiciers? Est-ce que vous ou quelqu'un de vos associés en avez la moindre idée?—R. Je n'en sais rien.

D. Il me semble qu'il doit y en avoir des milliers au Canada. J'imagine que ce sont les épiceries qui font la plus forte partie du commerce de détail. Et le prix est fixé à l'égard de moins de 1 p. 100 des articles qu'ils vendent.

M. BEAUDRY: Je m'oppose à cette déclaration.

M. STUART: Un moment, s'il vous plaît.

M. BEAUDRY: Je pose une objection, monsieur Thatcher.

M. STUART: Ce sont mes données.

M. BEAUDRY: Mais vous citez les chiffres de Mme Fairclough, qui les a obtenus d'un magasin à succursales.

M. STUART: Si vous le préférez, monsieur Beaudry, je dirai simplement que les prix ne sont fixés qu'à l'égard d'une très faible proportion des articles vendus par les épiceries et, bien qu'il y ait des milliers de ces magasins à travers le pays, il ne semble pas que le nombre des faillites soit élevé bien que la concurrence soit à son maximum dans ce genre de commerce. Voilà qui semble démontrer que la concurrence ne force pas le petit commerçant à abandonner les affaires.

M. BEAUDRY: En toute déférence je n'en maintiens pas moins mon objection. Le compte rendu renferme des chiffres donnés par un monsieur dont j'oublie le nom,—c'est M. Rands, je crois, selon lesquels la proportion des articles à prix fixés vendus dans les épiceries est de 15 p. 100. Un membre du Comité nous a soumis des chiffres dont la source n'a pas été révélée,—on a dit qu'il s'agissait d'un magasin à succursales.

En conséquence, je ne crois pas qu'il soit juste de cacher au témoin les chiffres donnés antérieurement et de permettre à un membre du Comité de demander au témoin de se prononcer sur des chiffres particuliers, émanant d'un magasin à succursales.

Le PRÉSIDENT: Vous êtes fort susceptible, monsieur Beaudry, étant donné les questions que vous avez posées et les statistiques que vous avez présentées.

M. BEAUDRY: Je demande une décision sur mon objection.

Le PRÉSIDENT: Mme Fairclough a fait ressortir deux points: d'abord que la proportion était de ·066 pour les magasins à succursales et ensuite, si vous l'avez écoutée, elle a dit que la proportion pourrait être un peu plus élevée dans les autres magasins, mais que le pourcentage était très faible. C'est ce que M. Stuart veut établir.

Mme FAIRCLOUGH: J'ai établi une comparaison entre les prix fixés qui sont rigoureusement appliqués et les prix de revente proposés.

M. Stuart:

D. Je n'en dirai pas davantage à ce sujet. Cependant, je me suis rendu sur la rue Sparks ce matin et j'ai vu dans un magasin de vêtements des chemises B.V.D., qui sont bien annoncées d'un bout à l'autre du pays,—dont le prix pour une chemise de première qualité était de $4.95,—en vente aujourd'hui au prix d'avant la guerre de Corée, soit à $3.95. S'agit-il là d'un article sacrifié ou comment pouvez-vous expliquer cette façon d'agir du détaillant?—R. Mon collègue, qui s'occupe du commerce de vêtements pour homme, me dit que la B.V.D. a réduit ses prix.

D. De façon générale?—R. D'un bout à l'autre du pays.

D. Tous les détaillants qui vendent des chemises B.V.D. peuvent les annoncer à ce prix?—R. On voudra bien me permettre de faire observer que vous avez poser une question à laquelle je n'ai pas encore eu l'occasion de répondre. Vous avez demandé combien il y avait eu de faillites dans le commerce de l'épicerie, à mon avis. Je répondrai que je ne saurais dire exactement, mais je sais qu'il y en a eu beaucoup. Je crois que c'est dans ce domaine du commerce de détail que les faillites sont les plus nombreuses.

L'hon. M. Garson:

D. Qu'entendez-vous par "beaucoup"? Nous pouvons obtenir ces chiffres, n'est-ce pas?—R. Oui, ces chiffres existent.

D. Oui, on peut obtenir ces chiffres et, vu qu'on peut se les procurer, ne voudriez-vous pas modifier légèrement votre qualificatif "beaucoup"?—R. Je l'ai modifié en disant que dans le domaine du commerce de détail les faillites sont "les plus nombreuses".

M. Stuart:

D. A la page 2 de votre mémoire, point numéro 3, vous énumérez un groupe d'articles. Vous dites: "Les prix de revente minimums ont tendance également à devenir des prix maximums".

Voulez-vous nous donner des explications à ce sujet, parce que je dois être un peu bouché vu que je ne comprends pas très bien.—R. Oui. Je vais me reporter de nouveau au cas de la chemise dont M. Garson nous a parlé,—la chemise à $2.

D. Oui?—R. On donne instruction au détaillant de ne pas vendre cette chemise à moins de $2. La déclaration porte que ce prix tend à devenir le prix maximum,—que sans tenir compte de la majoration le détaillant ne cherche pas à vendre cette chemise à $2.25 ou $2.50,—mais que dans le cas d'une chemise à prix non fixé il cherchera à la vendre le plus cher possible parce qu'il n'existe aucun point de comparaison avec l'autre.

M. SHAW: Question d'intérêt personnel, où pourrai-je me procurer une de ces chemises à $2.?

Le TÉMOIN: Je vous conseillerais de l'obtenir par l'entremise de votre ami dont vous m'avez parlé.

DES VOIX: Bravo, bravo.

Le PRÉSIDENT: Une paire de gants également.

Vous en êtes rendu à votre dernière question.

M. Stuart:

D. Dans la liste que vous nous avez présentée ici aujourd'hui,—je tiens à vous en remercier car elle a été très utile au Comité,—je constate que sous la rubrique "chaussures" vous énumérez neuf articles dont la majoration s'établit à environ 36 p. 100.

J'ai sous la main une liste de prix de la L. H. Packard Company de Montréal, soit la "Liste des prix de l'automne 1951". Si j'examine neuf articles inscrits sur cette liste je constate que la majoration s'établit à plus de 40 p. 100 dans chaque cas. Voici maintenant une liste de la Savage Shoe Company de Preston, Ontario, et en ce qui concerne les cinq premiers articles,—je n'ai pris que les cinq premiers,—le pourcentage est d'un peu plus de 41 p. 100.—R. Ces calculs sont-ils fondés sur le prix de vente ou le prix de revient?

D. Sur le prix de vente.—R. La taxe est-elle comprise?

D. Oui, on y donne les prix,—les voici?—R. Il faudrait ajouter la taxe de vente et tenir compte de ce que la marchandise est vendue f.à b. Preston; il faut donc ajouter la taxe de vente de 10 p. 100 à ce montant ainsi que les frais de transport pour obtenir la véritable majoration.

D. La taxe n'est pas comprise dans ces chiffres?—R. Non, et pas davantage les frais de transport.

Le PRÉSIDENT: Vos chiffres ne comprennent pas la taxe ni les frais de transport. Notre rubrique dit "prix à la fabrique". Je vous remercie, monsieur Harris.

Mme FAIRCLOUGH: Me permettez-vous une observation, monsieur le président, pour le compte rendu.

Le PRÉSIDENT: Oui, certainement, madame Fairclough.

Mme FAIRCLOUGH: Au cours de l'interrogatoire et dans la déclaration qu'on vient de faire on a dit que les grands magasins étaient opposés à la fixation des prix de revente. On devrait consigner au compte rendu que tous les grands magasins ne sont pas opposés à cette pratique, parce que je sais que plusieurs approuvent la fixation des prix de revente.

Le PRÉSIDENT: De même tous les magasins opposés à cette pratique ne sont pas des grands magasins.

Mme FAIRCLOUGH: Non.

Le PRÉSIDENT: Je vous remercie.

La séance est levée.

APPENDICE A

Articles	Majoration sur le prix de vente des articles à prix fixé	Majoration sur le prix de vente des articles à prix non fixé
	%	%
Gilet en tricot "Cardigan" pour hommes	36·1	
" " " "		39·2
Pardessus pour hommes	33·8	
" " "		36·6
Bas de nylon pour femmes, jauge 60, 15 deniers	37·5	
" " " " 51, 15 "	37·1	
" " " " 51, 30 "	39·9	
" " " " 45, 30 "	37·8	
" " " " 42, 30 "	38·6	
" " " " 60, 15 "		42·3
" " " " 51, 15 "		47·1
" " " " 51, 30 "		44·2
" " " " 45, 30 "		43·5
" " " " 42, 30 "		40·5
" " " " 60, 15 "	38·6	
" " " " 60, 15 "		40·6
" " " " 51, 15 "	37·1	
" " " " 51, 15 "		41·8
" " " " 51, 30 "	39·9	
" " " " 51, 30 "		43·5
" " " " 45, 30 "	36·6	
" " " " 45, 30 "		40·4
" " " " 45, 30 "	38·8	
" " " " 45, 30 "		41·7
" " " " 45, 40 "	38·7	
" " " " 45, 40 "		41·7
" " " " 42, 40 "	38·6	
" " " " 42, 40 "		40·9
Combinaisons-jupons pour femmes	36·2	
" " "	36·6	
" " "	37·9	
" " "	37·9	
" " "		35·1
" " "		37·3
Culottes pour femmes	37·1	
" " "		28·2
Camisoles pour adolescentes	35·0 Moyenne	
Culottes " "	35·0 pour le rayon 35·5.	
Couches Curity	24·0 Majoration moyenne pour le rayon 38·6	
Camisoles pour enfants	35·0	
Culottes pour enfants	35·0	
Couvre-lits (Homespun)	33·0	
" (Chenille)		41·0
" (Homespun)	34·0	
" (Chenille)		39·0

NOTE.—Ces couvre-lits ne sont pas des articles exactement comparables, mais ils permettent d'établir une comparaison des majorations pour ce genre d'articles.

Articles	Majoration sur le prix de vente des articles à prix fixé		Majoration sur le prix de vente des articles à prix non fixé
	%		%
Bottes de caoutchouc "Commuter" pour hommes	33·2		
Bottes genouillères en caoutchouc	.....		29·9
Chaussures "Scamper" pour hommes	34·2		
" " " " "	.....		36·5
Chaussures pour enfants	36·7		
" " "	36·5		
" " "	36·3		
" " "	36·8		
" " "	36·5		
" " "	36·8		
" " "	.....		34·6
" " "	.....		35·6
" " "	.....		35·6
Chaussures d'hiver pour dames	29·0		
Bottes Wisp de luxe	36·0	Moyenne	
Velours fermeture éclair	32·0	pour le	
Caoutchouc Tartan	37·0	rayon	
Caoutchouc, genre sandale	36·0	41·5	
Crème à barbe	34·0		
" "	.....		45·5
Pâte dentifrice	34·1		
" "	.....		41·7
Chemises pour hommes	34·3		
" " "	33·3		
" " "	34·3		
" " "	.....		37·5
" " "	36·7		
" " "	.....		36·1
" " "	.....		39·7
Chaussettes pour hommes	33·0		
" " "	.....		35·0
" " "	33·0		
" " "	.....		33·0
" " "	33·0		
" " "	.....		33·0
Demi-chaussettes en nylon filé	38·3		
Nylon extra-fin	36·4		
Chaussettes à motif	.....		39·7
Chaussettes "Circle Bar" (dessous de pied en laine)	.....		39·1
Sous-vêtements en jersey, sans manches, pour hommes	41·0		
" " " " "	.....		40·3
Couvertures	32·1	Majoration	
"	34·1	moyenne	
"	33·8	au rayon	
" pour bébés	34·0	de la	
"	30·0	literie	
"		35·3%	
"	.....		37·5
Couvertures pour auto	.....		36·0

Articles	Majoration sur le prix de vente des articles à prix fixé		Majoration sur le prix de vente des articles à prix non fixé
	%		%
Tricycle de "24"	27·3		
Voiturettes	25·3	Majoration	
Trotinettes	27·4	moyenne	
Transformateurs de train mécanique pour enfants	30·6	pour le	
Trains mécaniques pour enfants	37·2	rayon des	
Boîtes "Meccano"	32·7	jouets	
Jeux de meccano "Dinky", camions-jouets, etc	32·5	37·0	
Tourne-disques (pour enfants)	30·0		
Bicyclettes	31·6		
Moteurs hors bord	30·0	Majoration	
Boules pour jeu de quilles	20·7	moyenne	
Balles de golf	33·3	pour le	
Bicyclettes	30·2	rayon des	
Patins	32·6	articles	
Vestes	30·7	de sport	
Balles de golf	33·3	34·3%	

APPENDICE "B"

ASSORTIMENT DE CHAUSSURES À TRÉPOINTE GOODYEAR ET À COURROIES CIMENTÉES POUR JEUNES ENFANTS, ENFANTS ET FILLETTES

Échantillon	Teinte	Modèle	Désignation	Pointure	Largeur	Forme	Prix	Prix de revente proposé
							$ c.	$ c.
			POUR BÉBÉS					
1110 1111	Brun Blanc	PACKWELT	Bottines, fini élan, semelle de cuir retanné, talon souple	2–5	D	260	2.95	4.95
			POUR JEUNES ENFANTS					
2110 2111	Brun Blanc	PACKWELT	Bottines, fini élan, bout uni, semelle de cuir retanné, talon souple	5½–8	BCE	260	3.35	5.75
2143	Brun	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon "Club"	"	"	260	3.80	6.50
2410 2436	Brun Blanc	PACKWELT	Oxford fini élan, semelle de cuir retanné, talon souple	"	"	260	3.20	5.50
2209 2220 2220	Vernis Blanc	FLEXPACK	Courroie au centre avec boucle, semelle de cuir cimentée, talon souple (Teintes sur commande)	5–8	BCD	42	3.20	5.50
			POUR ENFANTS					
3143	Brun	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	8½–12	ABCD	360	4.45	7.25
3144	Brun	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout brogue, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	360	4.40	7.50
3146	Blanc	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	360	4.25	7.25
3163	Brun	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout uni, semelle "neolite", talon de caoutchouc, "semi-Thomas"	"	"	360	4.10	6.95
3164	Brun	PLAYMATE	Bottines, fini élan, bout brogue, semelle "neolite", talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	360	4.25	7.25
	Noir	PLAYMATE	(Ces bottines ne sont fabriquées que sur commande).					
3209 3220 3220	Vernis Blanc	FLEXPACK	Courroie au centre avec boucle, semelle de cuir cimentée, talon "Club" (Teintes sur commande).	"	"	42	3.60	5.95

			POUR ENFANTS					
3443	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	8½–12	ABCD	360	3.90	6.75
3444	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	360	4.05	6.95
3463	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout uni, semelle "neolite", talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	360	3.75	6.50
3464	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle "neolite", talon de caoutchouc "semi Thomas"	"	"	360	3.90	6.75
3474	Blanc	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne et talon "semi-Thomas"	"	"	360	3.90	6.75
3488	Noir	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, et talon "semi-Thomas"	"	"	360	4·05	6.95
3489	Noir	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout uni, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne et talon "semi-Thomas"	"	"	360	3.90	6.75
			POUR FILLETTES					
4209	Vernis	FLEXPACK	Courroie au centre avec boucle, semelle de cuir cimentée, talon "Club"	12½–3	ABCD	42	4.15	6.95
4220	Blanc							
4220			(Teintes sur commande).					
4443	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout courroies simulées, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	460	4.50	7.75
4444	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne, talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	460	4.65	7.95
4463	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout courroies simulées, semelle "neolite", talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	460	4.35	7.50
4464	Brun	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle "neolite", talon de caoutchouc "semi-Thomas"	"	"	460	4.50	7.75
4488	Noir	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout brogue, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne et talon "semi-Thomas"	"	"	460	4.65	7.95
4496	Noir	PLAYMATE	Oxford fini élan, bout courroies simulées, semelle de cuir tanné à l'écorce de chêne et talon "semi-Thomas"	"	"	460	4.50	7.75

LISTE DE PRIX

Prix sujets à changement sans avis

En magasin—SOULIERS ET PANTOUFLES

Automne 1951

L. H. PACKARD & CO. LIMITED
4320, rue Boyce, Montréal 4 (P.Q.)
Conditions: net, 30 jours

EN MAGASIN: PANTOUFLES À SEMELLE SOUPLE POUR HOMMES ET POUR FEMMES ET PANTOUFLES À SEMELLE DURE POUR HOMMES

Échantillon	Désignation	Largeur	Pointures	Prix	Prix de revente proposé
				$ c.	$ c.
	À SEMELLE SOUPLE, POUR FEMMES				
34	En vachette, pour femmes, "D'Orsay", talon de bois; noir, vin et bleu	Étr. Moy.	4–11 3–11	2.50	4.25
3023	En vachette, pour femmes, semelles compensées; noir, vin et bleu	Étr. Moy.	4–11 3–11	2.95	4.95
3359	En vachette, pour femmes, "Boudoir", talon de caoutchouc, doublure de feutre; noir seulement.	Moy	3–10	2.35	3.95
3381	En vachette, pour femmes, "Boudoir", talon de bois, doublure de feutre; noir et vernis seulement	Moy.	3–10	2.65	4.50
3386	En vachette, pour femmes, "Bridge", talon de bois; noir, vin, bleu et vernis	Étr. Moy.	4–11	2.80	4.75
3005	En satin noir piqué, pour femmes, "Boudoir", talon coussiné; en satin rose, vin et bleu sur commande	Moy.	3–10	2.10	3.50
1103	Chaussure de gymnastique, pour enfants; noir	—	5½–10	1.50	
2202	Chaussure de gymnastique, pour fillettes; noir	—	11–2	1.65	
3397	Chaussure de gymnatique, pour adolescentes; noir.	—	3–9	1.85	
	Chaussure de gymnastique, blanches, sur commande seulement.				
	À SEMELLE SOUPLE, POUR HOMMES				
411	En vachette, pour jeunes gens, "Opera", doublure de feutre, talon coussiné	D	11–13	2.20	3.75
411	En vachette, pour garçons, "Opera", doublure de feutre, talon coussiné	D	1–5	2.40	3.95
	Ces deux modèles en vin et brun; pas de demi-pointures				
532	Pour hommes, "Opera", doublure de feutre, talon coussiné; brun, vin, bleu et noir	E	5½–14	2.90	4.95
5309	En vachette, pour hommes, "Opera", doublure de satin, talon coussiné; brun, vin, bleu et noir	D	5½–14	3.10	5.25
	La largeur "E", dans ce modèle, est faite sur commande.				
5547	En vachette, pour hommes, "Roméo", à fermeture-éclair, doublure de feutre, talon coussiné; brun et vin	E	5½–14	4.05	6.95
	À SEMELLE DURE, POUR HOMMES				
6270	En velours, pour hommes, "Opera"; brun, vin et noir	BCDE	5½–14	4.65	7.95
6283	En velours, pour hommes, "Roméo"; brun, vin et noir	DE	5½–14	5.10	8.75
	Les largeurs "B" et "C" sont faites sur commande.				

APPENDICE "C"

LISTE DES PRIX DES CHAUSSURES "CHUMS"

1er MARS 1951

Échantillon nº	Désignation	Modèle	Largeurs	Pointures	En magasin	Sur commande	Prix aux vendeurs	Prix de revente proposé
							$ c.	$ c.
	POUR ENFANTS EN BAS ÂGE							
C-2210	Vernis	Courroie	B C E	5 à 8	x		3.35	5.75
C-2215	Blanc	"	"	"	x		3.35	5.75
C-2807	Brun	Oxford	"	"	x		3.35	5.75
C-2805	Blanc	"	"	"	x		3.35	5.75
C-2803	Noir	"	"	"	x		3.35	5.75
C-2817	Brun, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		3.50	5.95
C-2707	Brun	Bottine	"	"	x		3.35	5.75
C-2705	Blanc	"	"	"	x		3.35	5.75
C-2703	Noir	"	"	"	x		3.35	5.75
C-2717	Brun, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		3.50	5.95
C-2715	Blanc, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		3.50	5.95
	POUR ENFANTS							
C-3210	Vernis	Courroie	B C D E	8½ à 12	x		3.75	6.45
C-3230	Vernis, boucle au centre	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3215	Blanc	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3235	Blanc, boucle au centre	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3807	Brun	Oxford	"	"	x		3.75	6.45
C-3803	Noir	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3805	Blanc	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3607	Brun	Courroie "Monk"	"	"	x		3.75	6.45
C-3867	Brun	Lacé "ghillie"	"	"	x		3.75	6.45
C-3833	Noir, bout résistant aux éraflures	Oxford	B C D E	8½ à 12	x		3.75	6.45
C-3837	Brun, bout résistant aux éraflures	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3817	Brun, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		4.05	6.95
C-3857	Brun, bout résistant aux éraflures, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		4.05	6.95
C-3707	Brun	Bottine	"	"	x		3.75	6.45
C-3705	Blanc	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3703	Noir	"	"	"	x		3.75	6.45
C-3737	Brun, bout résistant aux éraflures	"	"	"	x		4.05	6.95
C-3717	Brun, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		4.05	6.95

LISTE DES PRIX DES CHAUSSURES "CHUMS"—*Fin*

1er MARS 1951

Échantillon nº	Désignation	Modèle	Largeurs	Pointures	En magasin	Sur commande	Prix aux vendeurs	Prix de revente proposé
							$ c.	$ c.
	POUR FILLETTES							
C-4210	Vernis	Courroie	A B C D E	12½ à 3	x		4.05	6.95
C-4230	Vernis, boucle au centre	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4215	Blanc	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4235	Blanc, boucle au centre	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4807	Brun	Oxford	"	"	x		4.05	6.95
C-4805	Blanc	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4803	Noir	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4607	Brun	Courroie "Monk"	B C D E	"	x		4.05	6.95
C-4867	Brun	Lacé "ghillie"	"	"	x		4.05	6.95
C-4833	Noir, bout résistant aux éraflures	Oxford	A B C D E	"	x		4.05	6.95
C-4837	Brun, bout résistant aux éraflures	"	"	"	x		4.05	6.95
C-4857	Brun, bout résistant aux éraflures, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		4.35	7.45
C-4817	Brun, semelle de cuir retanné	"	"	"	x		4.35	7.45
	POUR GARÇONNETS							
C-5807	Brun	Oxford	B C D E	11 à 3	x		4.65	7.95
C-5803	Noir	"	"	"	x		4.65	7.95
C-5827	Brun, mocassin	"	"	"	x		5.20	8.95
C-5817	Brun	Brogue	"	"	x		5.30	8.95
C-5707	Brun	Bottine	"	"	x		5.20	8.95
C-5703	Noir	"	"	"	x		5.20	8.95
	POUR ADOLESCENTES							
C-6807	Brun	Oxford	AAA AA A B C D	3½ à 9	x		5.80	9.95
C-6803	Noir	"	"	"	x		5.80	9.95
C-6827	Brun, mocassin	"	"	"	x		5.80	9.95
C-6835	Blanc, mocassin	"	"	"	x		5.80	9.95
C-6417	Brun	Brogue	AAA AA A B C D	"	x		5.80	9.95

C-6413	Noir	"	AAA AA A B C	"	x		5.80	9.95
C-6505	Brun et blanc	Saddle Oxford	"	4 à 10	x		5.80	9.95
C-6503	Noir et blanc	" "	"	"		x	5.80	9.95
C-6506	Bleu et blanc	" "	"	"		x	5.80	9.95

Conditions: net, 30 jours à compter de la date de la facture—Taxe de vente en plus—F. à b. Preston.

Frais d'emballage: 25c. par colis (non pas par paire) pour toutes les commandes de moins de quatre paires.

PRIÈRE de payer d'avance les commandes par téléphone et télégraphe.

Supplément de 50c. la paire dans le cas des pointures 9½ et 10 pour adolescentes.

CETTE LISTE ANNULE TOUTES LES LISTES ANTÉRIEURES ET EST SUJETTE À CHANGEMENT SANS AVIS.

THE SAVAGE SHOE COMPANY LIMITED, PRESTON (ONTARIO)

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature
1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 11

Séance du
LUNDI 3 DÉCEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. F. R. Hume, avocat-conseil, et M. B. Napier Simpson, directeur général, de la Canadian Electrical Manufacturers Association.

M. W. C. Kennedy, de la Frigidaire Products; M. L. E. Butters, de la Canadian General Electric; M. C. H. MacBain, de la Canadian Westinghouse Co., Ltd.; M. C. L. Gulley, de la Superior Electrics Ltd., représentant tous la Canadian Electrical Manufacturers Association.

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952

PROCÈS-VERBAL

Le LUNDI 3 décembre 1951.

Le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin. Les présidents conjoints, l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, sont présents; au fauteuil M. Sinclair.

Aussi présents:

Représentants du Sénat: Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Fogo, Golding, Horner.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Blair, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher, Welbourn.

Présents: M. F. R. Hume, avocat-conseil, et M. B. Napier Simpson, directeur général, de la Canadian Electrical Manufacturers Association. M. W. C. Kennedy, de la Frigidaire Products; M. L. E. Butters, de la Canadian General Electric; M. C. H. MacBain, de la Canadian Westinghouse Co., Ltd.; M. C. L. Gulley, de la Superior Electrics Ltd.; représentant tous la Canadian Electrical Electrical Manufacturers Association.

Le président effectif dépose des données soumises par la Canadian Electrical Manufacturers Association et relatives aux prix de revient au fabricant, au distributeur, au détaillant et au consommateur de certains appareils ménagers; ces données sont annexées en tant qu'*appendice G* aux procès-verbaux et témoignages du jour.

M. Simpson est rappelé; il lit une déclaration précisant certains témoignages qu'il avait rendus le lundi 26 novembre, puis il est interrogé.

MM. Butters, Kennedy et MacBain sont rappelés et interrogés.

Les témoins se retirent.

En conformité du vœu contenu dans le quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, adopté le 30 novembre, les documents ci-après énumérés sont annexés en appendices aux procès-verbaux et témoignages d'aujourd'hui:

Appendice A: Mémoire soumis au Comité par la Radio-Television Manufacturers Association.

Appendice B: Mémoire soumis au Comité par la Drug Trading Company.

Appendice C: Mémoire soumis au Comité par la Confédération des travailleurs catholiques du Canada.

Appendice D: Lettre datée du 16 novembre 1951 et adressée aux présidents du Comité mixte par la Chambre de commerce du Canada.

Appendice E: Lettre datée du 27 novembre 1951 et adressée au secrétaire du Comité par la Dominion Joint Legislative Committee, Railway Transportation Brotherhoods.

Appendice F: Résolution adoptée à la 27e réunion annuelle des délégués du syndicat du blé de la Saskatchewan, tenue à Regina du 6 au 16 novembre 1951.

(A une heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne au mardi 4 décembre, à 10 heures et demie du matin.)

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

Le 3 DÉCEMBRE 1951.
10 heures et demie du matin.

Le PRÉSIDENT: La séance est ouverte, messieurs. Nous avons parmi nous, ce matin, des représentants de la Canadian Electrical Manufacturers Association. M. Simpson aimerait faire quelques observations avant de parler de certains autres chiffres qu'on lui a demandés à la dernière séance. M. Favreau commencera ensuite l'interrogatoire, que poursuivront les membres du Comité.

M. F. R. HUME (*avocat-conseil*): Si vous me le permettez, monsieur le président, j'aimerais soulever un point avant que M. Simpson prenne la parole. Il y a une semaine aujourd'hui, comme on peut le voir dans les procès-verbaux, fascicule nº 6, page 27, il y a eu malentendu lorsque M. Simpson a répondu à M. Favreau. M. Simpson aimerait en parler afin d'apporter une rectification, si l'on y consent.

Le PRÉSIDENT: Assurément.

M. B. Napier Simpson, directeur général de la Canadian Electrical Manufacturers Association, est appelé:

Le TÉMOIN: Avant que le Comité passe à l'ordre du jour, j'aimerais que vous me permettiez de dissiper un malentendu résultant d'une question posée par M. Favreau. On la trouve dans les procès-verbaux et témoignages, fascicule nº 6, page 27, en date du lundi 26 novembre 1951. Au cours de son interrogatoire, M. Favreau a mentionné diverses comparaisons d'indices, contenues dans notre mémoire; les questions et les réponses pertinentes sont les suivantes:

M. Favreau:

D. Dois-je comprendre qu'on n'applique plus, à l'heure actuelle, le régime de la fixation des prix de revente?—R. Personnellement, en ma qualité de directeur général, je ne puis pas répondre à cette question puisque ce problème est réglé séparément par chaque société.

D. Dans votre mémoire, vous parlez de divers indices: indice des heures-homme, indice des métaux ferreux et non ferreux et ainsi de suite. En ce qui concerne votre industrie en particulier, ne pensez-vous pas que l'indice relatif au matériel et aux appareils électriques refléterait avec assez de précision la tendance de l'économie dans votre industrie?—R. Je ne sais pas si l'on publie pareil indice.

D. Je le trouve à l'indice des prix préparé par le Bureau fédéral de la Statistique, à la page 12, matériel et appareils électriques. L'indice s'établit actuellement à 220·2.—R. Par rapport à quelle période?

D. Par rapport à 1935-1939, dont l'indice est de 100.—R. Je ne peux pas répondre à la question sans savoir sur quoi cela se fonde.

D. Je vous le signale seulement; vous pourrez vérifier. On le trouve dans le numéro de septembre 1951, Bureau fédéral de la statistique, prix et indices des prix, à la page 12.—R. Je serai heureux de vérifier. En effet, vous le constaterez, les prix dont nous avons parlé, autant que nous sachions, ne démontrent rien de tel, par comparaison.

Le PRÉSIDENT: A ce propos, monsieur Simpson, où avez-vous trouvé les éléments de ces comparaisons entre les vivres, la main-d'œuvre et les métaux non ferreux?

Le TÉMOIN: Au Bureau fédéral de la statistique.

Le PRÉSIDENT: Vous acceptez ces chiffres à l'égard de ces produits-là, mais vous doutez de ceux qui intéressent votre propre domaine.

Le TÉMOIN: Je ne sais pas sous quelle forme ces chiffres se publient. Je ne sais pas ce qu'ils comprennent. Il peut s'agir des appareils ou d'un indice qui comprend les deux. Je ne sais pas.

Lorsque M. Favreau a soulevé le point, je n'avais pas en ma possession le bulletin intitulé: "Prix et indices des prix", en date de septembre 1951, qui est publié par le Bureau fédéral de la statistique. Cependant, l'indice qu'il a mentionné, "220·2", a été extrait de l'indice relatif au matériel et aux appareils électriques, qui n'intéresse que les matériaux employés à la construction d'habitations, c'est-à-dire le fil de cuivre, les boîtes de distribution et les autres dispositifs d'installation de fils.

Comme cet indice n'avait pas de rapport avec les denrées durables de consommation qui nous intéressaient, j'ai téléphoné au Bureau fédéral de la statistique. On m'a appris que le Bureau avait un sous-indice ne comprenant que les réfrigérateurs, les lessiveuses et les appareils de radio.

J'ai appris du Bureau fédéral de la statistique que cet indice s'établissait à 183·9 en septembre. Vous remarquerez, cependant, que cet indice comprend la taxe spéciale d'accise qui frappe les appareils de radio depuis septembre 1950 et les réfrigérateurs et les lessiveuses depuis avril 1951. Pour établir une comparaison avec les articles auxquels la taxe d'accise ne s'applique pas, avec les vivres, les vêtements, par exemple, il est évident qu'il faut apporter une correction d'au moins 15 p. 100 à l'indice comprenant la taxe d'accise.

A ce compte-là, l'indice des articles de consommation mentionnés dans les comparaisons que nous faisons dans notre mémoire serait de 160.

Ainsi, pour répondre plus simplement aux questions de M. Favreau, je dirai que les prix des articles en question ont augmenté d'environ 60 p. 100 de 1939 à 1951. Vous constaterez que cette augmentation est beaucoup moins forte que celles des vivres, des vêtements, de la main-d'œuvre et des matériaux dont les indices étaient mentionnés dans le mémoire.

En d'autres termes, pour faire valoir de nouveau notre premier point, je dirai que les prix de ces articles assujétis à la fixation des prix avaient augmenté moins que ceux des autres articles avec lesquels ils étaient comparés. (Voir les procès-verbaux et témoignages, fascicule nº 6, pages 6 et 42.)

J'espère que ces observations élucideront le point auquel je n'ai pu répondre de façon satisfaisante l'autre jour, vu que je n'avais pas les données voulues sous la main.

M. HUME: Monsieur le président, qu'il me soit permis de dire de nouveau combien la Canadian Electrical Manufacturers Association est heureuse d'avoir l'avantage de comparaître encore devant le Comité. Durant la semaine écoulée, nous nous sommes efforcés d'obtenir des chiffres indiquant les prix coûtants pour les fabricants, les distributeurs et les détaillants. Toutes ces données seront présentées au Comité qui, je l'espère, les trouvera utiles. J'aimerais, monsieur, vous présenter de nouveau M. Simpson, qui a comparu devant vous il y a une semaine, et rappeler au Comité que ces messieurs sont ici à titre de membres de la Canadian Electrical Manufacturers Association, et non pas en qualité de représentants de leurs sociétés individuelles. Les renseignements que nous examinerons avec vous dans un instant, relativement aux prix, ont été établis en conformité de la proposition faite il y a une semaine, c'est-à-dire sous les rubriques "Compagnie A", "Compagnie B", "Compagnie C", etc. Nous

ne sommes pas comptables agréés, M. Simpson et moi; mais nous nous sommes efforcés de comprendre les chiffres et, à nous deux, nous tâcherons de répondre le mieux possible. Il se peut que nous ne puissions répondre à certaines questions à propos de ces tableaux. Nous tâcherons alors d'obtenir les réponses voulues et de vous les faire parvenir plus tard. Avant que M. Simpson parle des chiffres, j'aimerais faire remarquer,—je crois qu'on a distribué les tableaux, —que les fabricants ont donné deux séries de chiffres pour illustrer le point dont il est question dans le mémoire, à savoir que la demande des produits de cette nature fluctue violemment et que les fabricants cherchent à organiser leur production pour parer à ces fluctuations de façon ordonnée. Dernièrement, la demande des articles durables fabriqués par les membres de l'Association a fléchi considérablement et il en est résulté une diminution du volume de la fabrication. Vous constaterez les effets que la diminution du volume de la production a eus sur les prix de revient à l'usine. Sauf erreur, c'est la première fois que des prix de revient sont présentés au Comité. En temps normal, les fabricants cherchent à prévoir les conditions du marché en faisant appel à l'expérience qu'ils ont acquise au cours des années et ils peuvent établir des prévisions assez justes. Ils y ont assez bien réussi par le passé. Cependant, l'imposition de taxes d'accise et de restrictions rigoureuses au crédit, comme vous vous en rendrez compte, les ont complètement désorientés dans bien des domaines et, en conséquence, ils ont de gros stocks et ils sont trop outillés, en plus d'avoir contracté des engagements avec leurs fournisseurs. Les pertes considérables que vous constaterez dans ces tableaux sont le résultat des mesures imprévisibles que le Gouvernement a prises en imposant ces taxes à titre de mesures anti-inflationnistes. Notre intention, en présentant ces chiffres, est uniquement de permettre une comparaison entre les prix de revient au fabricant avant l'imposition des taxes et les prix de revient actuels, en 1951.

J'aimerais céder la parole au directeur général de la Canadian Electrical Manufacturers' Association, M. Simpson.

M. Favreau:

D. A propos de l'indice des réfrigérateurs, je suis dans la même situation que vous: je ne sais rien de celui que vous avez et vous ne savez rien de celui que j'ai. Avez-vous un indice sous la main et pouvez-vous nous dire de combien de points il a augmenté après avril 1951?—R. Je ne saurais le dire dans le cas de ce sous-indice, que j'ai obtenu en téléphonant au Bureau fédéral de la statistique. C'est un sous-indice que le Bureau ne publie pas régulièrement, mais qu'il établit à propos des articles de consommation. Je l'ai obtenu au téléphone.

D. Mettons que l'indice s'établisse à 175, reconnaissez-vous qu'un relèvement de 15 p. 100 dans la taxe d'accise n'apporterait pas une augmentation de 15 p. 100 dans cet indice, mais de 8 p. 100?—R. Non; si vous prenez l'indice 183 et qu'il y ait une réduction de 15 p. 100, vous obtenez 160 ou moins. Je ne l'ai réduit que de 15 p. 100, tandis qu'une taxe d'accise de 25 p. 100 frappe les appareils de radio depuis avril. Je n'ai donc pas tenu compte des répercussions complètes de la taxe.

D. Cette taxe de 25 p. 100 sur les appareils de radio et de 15 p. 100 sur les lessiveuses et les réfrigérateurs s'applique-t-elle au prix de fabrique?—R. Oui.

D. Elle serait beaucoup moins élevée sur le prix de détail?—R. Je signale simplement que l'indice que vous avez mentionné n'avait pas de rapport avec le sujet en discussion. J'ai cherché à le préciser du mieux que j'ai pu.

D. C'est pour cela que je vous l'ai signalé et que je vous ai mentionné la référence. Je vais vous rapporter maintenant à la liste des appareils assujétis à la fixation des prix, liste que votre association a déposée et qu'elle a mis peu de temps à préparer, comme vous l'avez dit. Je vous demanderai d'abord de

fournir au Comité quelques explications à propos des pertes auxquelles vous avez fait allusion. Dans le cas de la compagnie B, par exemple, je vois au bas de la page, à droite, le chiffre de 27·3 encerclé de rouge. Ce chiffre correspond-il à une perte subie par le fabricant?—R. Oui. Avant que vous ayez abordé ce point, j'avais pensé que j'aurais l'occasion d'expliquer qu'une machine Gestetner ne nous permet pas d'imprimer en rouge ou en noir, et qu'il nous a fallu encercler le chiffre au crayon rouge. Les chiffres encerclés représentent des pertes exprimées en pourcentages, non pas des bénéfices.

D. Dans le cas de la compagnie B, je remarque que la taxe de vente et la taxe d'accise sont passées de $16.27 à $44.75, soit un écart d'environ $28 attribuable à l'augmentation de ces taxes. Comment expliquez-vous que le prix de fabrique ait augmenté de $120 durant la même période?—R. Il est bien facile de répondre à cette question. Avant la présentation du budget, comme vous le savez, nous avions un excellent marché et la plupart des fabricants produisaient à plein rendement. La semaine dernière, je vous ai cité des chiffres indiquant que, en moyenne, l'emploi a diminué de plus de la moitié dans l'industrie et que la production n'est que d'environ 40 p. 100. Vous n'ignorez pas que c'est seulement en produisant en série que le fabricant peut maintenir le prix de ses articles à un niveau raisonnable. Dès que le budget eut fait sentir ses effets, par suite de l'imposition de la taxe de vente et de la taxe d'accise de 15 p. 100, et par suite de la réglementation très rigoureuse du crédit aux consommateurs, il y a eu fléchissement et, à l'heure qu'il est, la production n'est plus que de 40 p. 100. Voilà pourquoi le prix de revient de chaque unité a augmenté. Vous remarquerez aussi que beaucoup de ces fabricants mettaient alors en œuvre des programmes d'expansion qu'ils avaient amorcés parce que le Gouvernement les y encourageait jusqu'à un certain point, afin d'accroître la production d'articles canadiens et, ainsi, épargner des dollars américains. Même avant l'imposition des taxes, la proportion de la majoration était de 1 p. 100, et le fabricant produit maintenant en subissant une perte de 27·3 p. 100.

D. C'est-à-dire en supposant qu'il ait gardé le même personnel, qu'il ait maintenu la production au même niveau et que ses frais de fabrication soient les mêmes?—R. Non, il n'a pas gardé le même personnel. Comment l'aurait-il pu? J'ai déjà dit que l'emploi dans l'industrie est seulement la moitié de ce qu'il était avant l'imposition des taxes.

D. Dans ce cas, vu que les frais de fabrication ont augmenté et que la production a diminué, croyez-vous qu'il a été sage, le jour même où la taxe a été relevée, d'accroître de $16 la marge de bénéfice du détaillant à l'égard des mêmes articles, de lui accorder une marge de $135 au lieu de $119?—R. Je ne crois pas être en mesure de répondre à cette question. Parlez-vous de la majoration du vendeur?

D. Je parle de la marge de bénéfice, non pas de la majoration, de la marge de bénéfice exprimée en dollars et en cents.—R. Durant la guerre,—je ne le sais que par ouï-dire,—je sais que les détaillants ou les marchands ont adressé des instances à la Commission des prix et du commerce en temps de guerre et qu'on a établi un principe relativement à leur majoration.

D. Je remarque que, dans tous les cas où la taxe a été relevée, le prix de revient au distributeur s'est élevé du montant de la taxe plus une marge supplémentaire, que le prix de revient au marchand a également augmenté d'une marge supplémentaire dépassant le montant des taxes additionnelles; est-ce exact?—R. On me dit que c'est exact.

D. Pourquoi a-t-on contraint le détaillant à ajouter ce supplément à sa marge de bénéfice?

M. THATCHER: La marge est la même; la proportion par rapport au placement du vendeur est la même.

M. FAVREAU: C'est très probablement la réponse.

Le TÉMOIN: Je crois exacte la réponse de M. Thatcher.

M. FAVREAU: Je laisserai aux membres du Comité le soin de demander d'autres détails à propos de cette liste.

M. Favreau:

D. D'après vous, le sous-indice de 183·9 par rapport à 1939, en ce qui concerne les réfrigérateurs, accuserait en réalité une augmentation de 60 au lieu de 80 p. 100?—R. C'est à peu près exact.

D. Reconnaissez-vous que, de 1939 à 1951, la production de la plupart des appareils électriques, surtout des appareils électriques ménagers, a augmenté de quatre à sept fois?—R. Voulez-vous parler de la production totale d'appareils électriques?

D. Je parle de la production totale de cuisinières électriques et de petites cuisinières électriques entre 1939 et 1950, ainsi que des lessiveuses et des réfrigérateurs de ménage. Ce sont là les chiffres du Bureau fédéral de la statistique.—R. Si le Bureau a fourni ces chiffres, il s'appuie sans doute sur des faits. De toute évidence, la production a beaucoup augmenté, mais je ne saurais vous dire si c'est de trois fois et demie, de cinq fois ou de dix fois.

D. Je dois vous dire bien franchement que j'ai obtenu ces renseignements par téléphone. Je vais vous mentionner les chiffres et vous pourrez me dire si, d'après ce que vous en savez, ils sont exacts. Par exemple, la production totale de cuisinières électriques a peut-être été cinq fois plus considérable en 1950 qu'en 1939?—R. Voulez-vous parler des unités produites?

D. Oui; est-ce exact?—R. L'augmentation que vous avez mentionnée comprend-elle les cuisinières et les petites cuisinières?

R. Les cuisinières seulement. Sauf erreur, la production de petites cuisinières n'aurait que triplé, mais ce n'est qu'approximatif. Aimeriez-vous mieux que j'obtienne les chiffres et que je les dépose?—R. Je crois que ce serait préférable. Ces messieurs semblent penser, d'après ce qu'ils en savent, que l'augmentation est d'environ le triple.

D. J'ai l'intention de déposer certains chiffres; mais, afin de vous permettre de vérifier, je vous dirai que la production de réfrigérateurs a peut-être été six fois plus considérable en 1950 qu'en 1939.—R. C'est à peu près exact.

D. Quant aux repasseuses, dont l'utilisation courante par les ménagères est un phénomène relativement nouveau, la production a augmenté de onze fois?—R. Comme vous le dites, les repasseuses n'étaient pas d'usage courant avant la guerre. La production eût-elle augmenté de vingt-cinq fois, cette augmentation n'aurait guère d'importance.

D. Voilà pourquoi j'ai dit qu'elles n'étaient pas couramment utilisées. D'après votre témoignage, je conclus qu'il est contraire à la ligne de conduite de votre association de fabricants, comme telle, de discuter de la fixation des prix à vos réunions.—R. C'est la ligne de conduite qu'a établie le bureau de direction de l'Association, lorsqu'elle a été constituée en corporation. Toute discussion à propos des prix, des remises et d'autres questions qui s'y rapportent est rigoureusement interdite aux réunions de l'Association, de toute section ou de tout comité de l'Association.

D. A votre connaissance, cependant, la coutume veut qu'au cours des réunions des marchands, des groupes de fabricants se présentent au comité pour discuter la question des prix avec les marchands?—R. Non; il n'en est rien. Je puis même ajouter que les marchands et les détaillants m'ont demandé, au cours des quatre dernières années, de discuter la question avec nous, mais nous avons toujours refusé. Nous n'avons jamais eu d'entretiens avec eux afin de discuter cette question.

D. Des groupes de marchands vous formulent-ils parfois des vœux en vue d'établir certaines listes de prix?—R. Non.

D. Connaissez-vous la revue professionnelle *Hardware and Metal*?—R. Je sais qu'une telle revue existe, mais je n'en connais pas le propriétaire.

D. Savez-vous ce qu'est la Canadian Electrical Distributors' Association? —R. Je sais que c'est le nom d'une association.

D. J'ai sous les yeux le compte rendu d'une assemblée de la Canadian Electrical Distributors' Association, à laquelle assistaient des fabricants. On y dit que l'assemblée a approuvé une revision des prix des appareils d'éclairage et a adressé à cette fin deux recommendations aux fabricants.—R. Pour ma part, je n'en ai pas entendu parler. Je crois que certains fabricants sont membres de cette association de distributeurs parce qu'ils remplissent deux fonctions: ils sont et fabricants et distributeurs.

M. Carter:

D. Au cours de la dernière séance, je crois, j'ai cité le cas d'appareils électriques qui se vendent un certain prix aux États-Unis, tandis que les modèles correspondants se vendent au Canada le double de ce prix et, parfois, plus du double. Pourriez-vous nous fournir des explications à ce propos?—R. Je ne crois pas que quelqu'un ici présent puisse vous répondre à ce sujet. D'après le peu de renseignements que j'ai pu me procurer moi-même, je ne sais pas si le modèle américain dont vous parlez se vend au Canada. Les sociétés membres de notre association n'importent pas de marchandises des États-Unis. Il peut y avoir quelques exceptions; mais il y en aurait très peu en vente au Canada, puisque nous les fabriquons ici.

D. C'est le point qui m'intéresse. Lorsque le modèle correspondant est fabriqué au Canada, il a toutes les caractéristiques du modèle américain. Il est fabriqué au Canada et se vend deux fois plus cher que le modèle analogue aux États-Unis. J'aimerais savoir pourquoi. Pourquoi le modèle fabriqué au Canada doit-il se vendre deux fois plus cher que le modèle correspondant se vend aux États-Unis?—R. Je crois ne pouvoir répondre qu'à une partie de la question. Tout d'abord, les exigences de la Canadian Standards Association concernant les articles de consommation et les autres produits électriques, d'après le code régissant les articles électriques au Canada, sont beaucoup plus rigoureuses chez nous qu'outre-frontière. En second lieu, je le répète, le Gouvernement nous a encouragés à fabriquer ces articles entièrement au Canada afin d'épargner des dollars. Les fabricants ont dépensé de fortes sommes en immobilisations en vue d'accroître leur production et de suffire aux besoins du marché canadien. Les frais d'outillage sont les mêmes ici qu'aux États-Unis. Cependant, ces frais sont amortis à même une production que j'estimerais représenter environ le dixième de la production américaine. Le coût de notre main-d'œuvre et celui de nos matériaux sont à peu près les mêmes. Si vous tenez compte de tous les éléments, vous constaterez que ces prix ne sont pas du tout établis en fonction des prix en vigueur aux États-Unis et à des niveaux légèrement inférieurs ou supérieurs à ces prix. Le fabricant établit ses prix de manière à couvrir ses frais de production et à réaliser un bénéfice raisonnable.

Si vous examinez ces tableaux et les exemples qui y sont donnés, vous constaterez que les prix des articles mentionnés, dans bien des cas, n'assurent pas un bénéfice raisonnable au fabricant, et vous y verrez que les majorations des distributeurs et des marchands semblent convenables si l'on songe à ce qu'ils doivent faire avant de livrer les appareils aux consommateurs.

Nos prix élevés, j'imagine, sont une des rançons que nous payons pour la citoyenneté canadienne. Pour ma part, je suis prêt à la payer. Je ne veux pas que les Canadiens deviennent de simples porteurs d'eau et de simples

scieurs de bois. Si nous supprimons les droits douaniers,—c'est la question des droits douaniers que vous avez soulevée, monsieur, rien de plus,—il nous faudra fermer tous nos établissements industriels et compter sur autre chose pour faire travailler nos gens. J'ignore où l'on pourra leur trouver des emplois. C'est une rançon que nous devons payer pour notre citoyenneté canadienne et nous devrions être contents de la payer. Je ne connais pas d'autre moyen d'en sortir.

D. Je me demande si la citoyenneté canadienne explique l'écart énorme des prix? Je songeais à un modèle de radio muni d'un dispositif d'horlogerie qui se détaille moins de $30 aux États-Unis, soit $29.95.

M. CROLL: Mettez $30.

M. Carter:

D. Oui, mettons $30. L'appareil est fabriqué par la même compagnie au Canada et se vend plus de $60 rue Bank, $62.50 pour être précis. J'imagine que la maison américaine accorderait à ses distributeurs et à ses détaillants les mêmes pourcentages de bénéfices que la maison canadienne et je ne vois pas comment les frais de fabrication ou même les droits de douane peuvent justifier cette énorme différence de prix alors que l'appareil est fabriqué par la même maison?—R. M. Butters pourrait-il répondre à cette question, car il connaît la chose mieux que moi?

M. BUTTERS: J'aimerais répondre brièvement à cette question. J'en ai parlé un peu il y a huit jours exactement.

Quelle que soit la règle, il y a toujours des exceptions, mais je ne sache pas qu'un modèle exactement semblable de poste récepteur de T.S.F. se vende au Canada deux fois plus cher qu'aux États-Unis. J'irai même plus loin; j'affirme qu'un tel poste n'est probablement pas fabriqué par une maison de très bonne réputation.

M. CARTER: Dois-je indiquer le nom de la maison qui le fabrique?

M. CROLL: Certainement.

M. CARTER: La maison à laquelle je songeais est la Canadian General Electric.

M. BUTTERS: Alors je ne crois pas que ce soit vrai. Je conteste le bien-fondé du renseignement. Il est impossible qu'il s'agisse du même modèle de radio.

Ayant fait une comparaison à propos d'un réfrigérateur, je peux faire bien d'autres comparaisons. Vous dites, cependant, que ces choses se vendent deux fois plus cher au Canada qu'aux États-Unis. Je vous ai fourni des chiffres la semaine dernière à propos d'un réfrigérateur qui se vend $374.95 aux États-Unis. En doublant ce prix on obtient $749.00. Si nous importions ce réfrigérateur en tant que compagnie—et je vous ai cité des chiffres, vous vous souvenez—nous soustrairions la taxe d'accise de 10 p. 100 qui est perçue aux États-Unis et nous ajouterions la différence du taux du change, le montant des droits de douane, la taxe de vente, la taxe d'accise, notre propre bénéfice plus le bénéfice du commerçant. Malgré tout cela le prix de vente du réfrigérateur au Canada serait de $580 et non de $750. Nous fabriquons au Canada un réfrigérateur tout à fait semblable qui est même supérieur au modèle américain, car il dispose d'étagères à l'intérieur des portes et le prix de vente en est de $499.

Je suis désolé d'apprendre que ce poste récepteur de radio était un appareil de la société General Electric. J'approfondirai la question, car je peux à peine le croire.

Comme le savent certains d'entre vous, nous fabriquons des couvertures électriques au Canada et nous n'avons recours à aucune protection douanière. Les couvertures électriques que nous vendons au Canada coûtent de 10 p. 100

à 20 p. 100 moins chères que celles que l'on trouve aux États-Unis. Cela s'explique par le fait que les Américains doivent se procurer la laine au Canada. Nous avons l'avantage, au Canada, de nous procurer de la laine à meilleur compte et, en tant que fabricants, nous faisons profiter nos clients de cet avantage en leur offrant un prix qui est de 10 à 20 p. 100 inférieur au prix américain.

J'aimerais avoir plus de détails au sujet de ce poste récepteur de radio. Pourriez-vous me faire connaître le numéro de série du poste et me dire où on le vend? Peut-être n'est-il pas montré en vitrine à son prix réel. Il y a peut-être erreur.

M. CARTER: Ayant téléphoné au bureau de la société General Electric, j'ai obtenu toute une liste de commerçants qui vendent ce modèle. Je ne me souviens pas exactement des numéros; il s'agissait, je crois du modèle canadien nº 505 et du modèle américain nº 516.

M. BUTTERS: Pourrions-nous préciser encore davantage. Je me suis certainement mis dans une situation embarrasante lorsque j'ai demandé des précisions, car je travaille justement à la société General Electric. Cependant, nous ne fabriquons pas au Canada de postes récepteurs de radio avec horloge, qui soient en tous points comparables au modèle américain.

M. Simpson a déjà fait remarquer que les normes de fabrication sont plus strictes au Canada. Le poste de radio moyen fabriqué aux États-Unis ne répondrait pas aux normes canadiennes. Cela s'applique également à l'horloge mais lorsqu'il s'agit d'un poste de ce genre l'horloge peut être la même mais le radio peut être très différent. Nous n'adoptons pas les mêmes numéros qu'aux États-Unis. On ne saurait les comparer. Tous nos appareils de radio munis d'horloges sont fabriqués dans notre usine de Toronto. Nous concevons tous nos modèles et ils sont exclusifs. Je ne crois pas qu'on puisse les comparer à d'autres.

M. CARTER: Ils ont la même utilisation et les mêmes caractéristiques et je pense que c'est tout ce qu'il faut.

M. BUTTERS: Le radio peut très bien ne pas être aussi bon. On peut avoir deux postes récepteurs de radio munis d'une horloge qui soient très semblables d'apparence mais l'un d'eux peut comporter un poste de radio à trois lampes et l'autre un poste à cinq lampes. Les postes peuvent donc être absolument différents.

M. Carter:

D. Passons, mais j'aimerais poser une autre question au témoin. La société exporte-t-elle des appareils électriques? Vendez-vous des postes de radio et des réfrigérateurs en dehors du Canada?

M. SIMPSON: Nous exportons surtout des réfrigérateurs et des cuisinières électriques; nous exportons sans doute d'autres types d'appareils électriques. Il me faudrait consulter nos dossiers pour répondre à cette question.

Nos dossiers révèleraient, je crois, que nos exportations étaient bien plus importantes avant la pénurie de dollars et avant la mise en vigueur, dans divers pays du globe, de restrictions sur les importations qui empêchent nos marchandises d'entrer dans ces pays.

M. Carter:

D. Les commandes que vous recevez pour l'exportation vous sont-elles transmises directement par les acheteurs ou vous sont-elles communiquées par l'intermédiaire de la société mère, aux États-Unis?—R. Voilà une question à laquelle je ne saurais répondre.

D. L'un de vos adjoints pourrait-il répondre?—R. La réponse est non.

D. Toutes les commandes proviennent-elles du pays qui fait les importations? N'avez-vous jamais à honorer partiellement une commande passée à votre société mère aux États-Unis? Mettons que la General Electric Company des États-Unis reçoive une commande de 1,000 réfrigérateurs, 1,000 radios ou 1,000 cuisinières électriques; confierait-elle une partie de la commande à sa filiale canadienne?—R. Je ne saurais dire.

Le PRÉSIDENT: Je crois qu'avant la mise en vigueur de ces restrictions, lorsque les pays désiraient bénéficier du tarif préférentiel britannique la chose se pratiquait, mais par suite des restrictions aux importations payables en dollars, je crois qu'il est maintenant très difficile pour les Américains ou les Canadiens de vendre à ces pays pauvres en dollars.

M. CARTER: Avant de mettre fin à cet interrogatoire, j'aimerais savoir s'il m'est possible de déposer la lettre de la Newfoundland Co-operative Union?

Le PRÉSIDENT: M. Carter dépose une lettre de la Newfoundland Co-operative Union faisant part au Comité de son point de vue. Est-il entendu que cette lettre sera déposée avec la correspondance? Le mémoire couvre deux pages.

Adopté.

Monsieur Thatcher.

M. Thatcher:

D. Je ne saisis pas très bien la signification des chiffres qui ont été déposés ce matin. Devons-nous en conclure surtout que le commerce des appareils électriques est de moins en moins rentable actuellement?—R. Nous ne pourrions pas établir de comparaisons entre les marchandises dont le prix est fixé et celles dont le prix n'est pas fixé, car nous n'avons pas accès aux livres de comptes des autres industries. De nombreuses déclarations erronées ont été faites à la Chambre des communes et dans les journaux au sujet des bénéfices réalisés par les importants fabricants d'appareils électriques.

Tous les fabricants d'appareils électriques ont été invités de la même façon, soit par lettre, soit par téléphone, à fournir des données. L'examen des réponses qui ont été fournies révèle combien il est difficile à un moment donné de faire quelque chose sur une base uniforme en ce qui concerne les prix de revient. On constate que ces réponses ont une chose en commun. Dans la plupart des cas, même avant l'application des taxes les bénéfices de ces gens-là n'étaient pas mêmes raisonnables et depuis l'imposition de la taxe, en avril, le bénéfice est devenu une perte dans bien des cas. C'est pourquoi je voudrais faire admettre qu'en ce qui concerne les Canadiens et le Comité, les prix des fabricants sont plus que raisonnables.

D. Désolé, monsieur Simpson, mais je ne vous suis pas. Lorsque, par exemple, la compagnie B enregistre une perte de 27·3 p. 100 sur un article, pourquoi ne la compense-t-elle pas par une augmentation du prix? Est-ce parce que l'industrie disposait de stocks importants lorsque la taxe est entrée en vigueur?—R. Les stocks n'étaient pas très importants lorsque la taxe a été mise en vigueur, mais vu la production en série ils ont augmenté très rapidement. Il vous faut maintenir un personnel chargé du fonctionnement de cette chaine à un certain rythme et si brusquement quelqu'un vous prive de vos débouchés, il vous est impossible d'arrêter la production du jour au lendemain. Ce n'est que graduellement que l'on peut annuler les commandes de matières premières et renvoyer le personnel. Cependant la première chose qu'on constate c'est qu'on s'est constitué un stock pour lequel il est impossible de trouver acquéreur avant de pouvoir ralentir la production.

Si seulement quelqu'un voulait bien nous prévenir six mois à l'avance qu'on imposera des taxes le 1er avril, par exemple, nous pourrions restreindre notre production et arriver à une cadence appropriée à la date voulue.

D. Devons-nous en conclure que tôt ou tard le prix de ces appareils augmentera dans de fortes proportions afin que le fabricant récupère ses pertes? —R. Je le crois, à moins que la situation ne change.

D. Une chose m'inquiète en ce qui concerne l'industrie des appareils électriques. Je me demande si vous pourriez me fournir des précisions à ce sujet. Certains fabricants d'appareils électriques vendent leurs articles directement aux consommateurs par l'intermédiaire de magasins qui leur appartiennent. Existe-t-il, à votre connaissance, de nombreux fabricants qui procèdent de la sorte?—R. Non.

D. En existe-t-il quelques-uns?—R. Oui.

D. Advenant l'adoption de la mesure à l'étude...—R. Il existe deux ou trois maisons de cette catégorie et ce sont des maisons très importantes.

D. Oui je pense à la Maytag Washing Machine Company et à quelques autres?—R. Elles ne font pas partie de notre association.

D. Supposons que cette mesure soit adoptée, monsieur Simpson, ces maisons pourraient continuer à fixer leurs prix si elles le voulaient?—R. Voulez-vous dire les prix exigés à la sortie de l'usine?

D. Non, dans leurs propres magasins.—R. Je crois qu'il est indiqué, si je me souviens bien, dans ce projet de loi que les fabricants pourront fort bien publier une liste de prix à condition que ce ne soit pas une liste de prix minimums.

D. Peut-être ne me suis-je pas exprimé nettement. Voici ce que je veux savoir: lorsqu'un fabricant possède ses propres magasins et qu'il vend ses appareils directement au consommateur dans tout le Canada, est-ce que cette mesure, à votre avis, l'empêcherait de vendre ses articles dans ses magasins à un prix fixé dans tout le Canada?—R. Je ne vois pas comment la chose se pourrait.

D. Est-ce que la mesure envisagée ne mettrait pas ce genre de fabricant dans une situation privilégiée?—R. Cela n'est pas impossible. Cela le mettrait dans la même situation que le détaillant très important qui pourrait vendre ses propres articles de marque au prix qu'il voudrait et réduire les articles de marque connue dans tout le pays que d'autres fabriquent.

D. Advenant l'abolition de la fixation des prix, si les compagnies qui possèdent leurs propres magasins n'en sont pas affectées, n'y a-t-il pas lieu de craindre que le nombre des fabricants qui chercheront à vendre leur marchandise directement au consommateur augmentera sans cesse?—R. Une tendance de ce genre pourrait fort bien se faire jour à savoir que les fabricants ouvriraient leurs propres magasins de détail et vendraient directement au consommateur.

D. Un grand nombre de petits détaillants craignent que les choses se passent ainsi. Si les fabricants ouvrent des magasins à leur compte, comme cela peut se produire, le petit commerçant peut perdre sa concession et il pourrait fort bien être acculé à la faillite.

J'ignore si une telle crainte est motivée. Je saurais gré au ministre, cependant, de nous faire savoir si l'on prendra des mesures pour parer à une telle éventualité?

L'hon. M. GARSON: Il est évident que les petits commerçants seront protégés par le jeu de la concurrence. Le fabricant ne peut établir des magasins de détail sans qu'il lui en coûte un sou. Il lui faut payer le loyer et rémunérer ses employés—il lui faudrait peut-être leur verser un salaire plus élevé qu'ils ne reçoivent actuellement des détaillants—et lorsqu'il aura ouvert ses magasins il lui faudra encore faire face à la concurrence des autres fabricants qui auront la sagesse de vendre leurs produits par l'intermédiaire de leurs distributeurs qui ne seront plus astreints à la fixation des prix de revente.

M. THATCHER: Je me demande... Supposons que la société General Motors déclare d'un bout à l'autre du pays: "C'est bon, si nous ne pouvons pas fixer les

prix auxquels les commerçants devront s'en tenir, nous allons établir nos propres agences; rien ne nous l'interdit." Est-ce que cela ne pourrait pas se produire?

L'hon. M. GARSON: Oui, mais il lui faudrait faire face à la concurrence des concessionnaires d'autres sociétés qui ne seraient pas assujétis au régime de fixation des prix. Quel que soit le prix de détail des autres produits, il lui faudrait ajuster ses propres prix s'il veut avoir une clientèle. Comme l'a dit l'autre jour un des témoins,—qui représentait les vendeurs de produits de beauté, —ce n'est pas en ouvrant des magasins de détail ou en organisant la vente en gros qu'un fabricant peut se soustraire aux frais de fonctionnement de ces débouchés. Vous me demandez mon avis à ce sujet et je vous le donne pour ce qu'il vaut,—il ne vaut peut-être pas grand chose,—mais je crois qu'en ce qui concerne la vente au détail, surtout dans les petites villes, un particulier serait plus à même de gérer efficacement son magasin qu'une grande société, car non seulement la société doit engager des gérants sérieux, mais il lui faut diriger les magasins et vérifier les comptes.

M. Thatcher:

D. Encore un mot. Je répète que certains détaillants craignent que certains fabricants éluderont la loi en établissant leurs propres agences de vente. Il y a lieu de reconnaître que c'est là un autre danger que présente la loi que l'on propose. C'est tout, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: C'est votre tour, monsieur Croll.

M. Croll:

D. Monsieur Simpson, peut-être me suis-je trompé, mais j'aimerais attirer votre attention sur cette société B. Auriez-vous l'obligeance de vous y reporter? "Appareils... Cuisinières"—R. A la première page.

D. La première, la société B. Je voudrais vous rappeler, auparavant, une raison, parmi d'autres, que vous avez donnée à M. Carter en réponse à une question qu'il vous a posée au sujet de l'écart de prix qui existe entre les produits canadiens et les produits américains. Vous avez déclaré ceci et je l'ai noté: "Le coût de la main-d'œuvre est le même dans les deux pays". Je tiens à vous dire que les contrats syndicalistes des États-Unis et du Canada dénotent une différence de quelque 20 ou 25 p. 100 en faveur de la main d'œuvre américaine.—R. Cela est tout à fait juste, et—je ne puis dire où j'ai vu ce renseignement, mais je l'ai vu à deux ou trois reprises,—le rendement horaire des ouvriers américains est bien plus élevé que celui des ouvriers canadiens. Cela compenserait cet écart.

D. Je ne suis pas en mesure de vous contredire à ce sujet, car je ne dispose pas de ces chiffres pour l'instant, mais quant à l'autre donnée je l'avais à l'esprit et je m'en souviens très bien. Nous allons donc parler de choses que nous connaissons mieux tous les deux. Vous avez peut-être raison sur l'autre point, je l'ignore. Vous avez dit, en réponse à une question de M. Favreau, que la marge de bénéfice du détaillant en dollars et en cents s'est accrue après que le gouvernement eut majoré sa taxe d'accise.—R. En dollars.

D. Et en cents. La marge de bénéfice en dollars et en cents accordée au détaillant s'est accrue après que le gouvernement eut relevé la taxe d'accise.—R. Cela est exact.

D. Poursuivons. Mettons que le détaillant touchait un bénéfice de 40 p. 100. Si le produit lui coûtait $100, il réalisait un bénéfice en dollars et en cents de $40.—R. Brut?

D. Oui je parle de bénéfice brut. Puis lorsque le gouvernement a majoré la taxe, mettons, de 10 p. 100, le produit a coûté $110 et le bénéfice du détaillant a été porté à $44.—R. Je pense que c'est en effet comme cela que les choses se sont passées.

Le PRÉSIDENT: Vous parlez des prix de revient alors qu'il s'agit des prix de vente.

M. CROLL: Je parle du prix que paie le détaillant. J'ai tout à fait raison, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Quand les fabricants parlent de 40 p. 100 il ne s'agit pas d'un pourcentage applicable à leur prix, mais d'un escompte à déduire du prix auquel le détaillant va vendre l'article. C'est ce qui ressort de toutes les discussions que nous avons eues. Certains touchent une majoration fondée sur le prix de revient, mais je crois que vous, messieurs, touchez un escompte; or un escompte de 40 p. 100 correspond à un bénéfice de 66⅔ p. 100 sur le prix de revient.

M. Croll:

D. Ce qui m'a frappé, c'est que, sauf erreur, lorsque la taxe a été appliquée, on a réalisé des bénéfices sur la taxe.—R. C'est exact.

D. C'est le point où je veux en venir.—R. Peu importe ce que le commerçant doit payer, s'il doit acquitter des taxes c'est la même chose que s'il acquittait le prix de clous ou de n'importe quel autre article qu'il achète. Il majore le prix d'achat. Cela s'est produit durant la guerre. Je ne prétends pas que c'était bien ou mal; je me borne à signaler ce qui s'est produit. L'imposition de taxes de vente entraîne des dépenses pour le commerçant, surtout le petit commerçant, qui doit acquitter pour ses opérations bancaires des frais beaucoup plus élevés qu'auparavant, il doit de toute nécessité, majorer les prix pour acquitter ces frais supplémentaires. Les détaillants se sont adressés à la Commission des prix et du commerce en temps de guerre qui les autorisa à majorer leurs prix. Il s'agit donc ici, en principe, de ce que le gouvernement leur avait accordé pendant la guerre.

M. CROLL: Pendant la guerre, comme vous le savez, la liberté du régime économique n'existait pas. C'est la Commission des prix et du commerce en temps de guerre qui régissait tout; nous avions donc un régime d'économie dirigée.

M. HEES: Si c'était équitable durant la guerre, pourquoi ne le serait-ce pas maintenant?

M. CROLL: Permettez-vous que je m'entretienne de cette question avec le témoin?

M. HEES: Je ne faisais que poser une question.

M. CROLL: Le témoin n'a pas besoin de votre aide.

M. Croll:

D. Nous avions à ce moment-là un régime d'économie planifiée; or ce que nous avons actuellement, c'est un régime d'économie libre ou, du moins, ce que nous comptons constituer en régime d'économie libre. Je ne vois donc pas de rapport avec l'activité de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre. Je reviens de nouveau à ma première question. Avant la majoration de 15 p. 100 de la taxe d'accise appliquée à vos produits, n'est-il pas survenu une augmentation générale?—R. En avril 1951 une taxe de 15 p. 100 a été mise en vigueur sur tous les appareils électriques importants: refrigérateurs, machines à laver, cuisinières, etc. Une taxe de 15 p. 100, qui avait été mise en vigueur en septembre 1950 et en avril 1951, grevait déjà tous les dispositifs électriques. Cette taxe fut portée à 25 p. 100.

D. Revenons à la question primitive: lorsque l'augmentation de la taxe d'accise fut mise en vigueur n'est-il pas vrai que les détaillants ont bénéficié d'une augmentation semblable pour ce qui est du bénéfice brut?—R. Cela est vrai.

D. Voyons maintenant les chiffres que vous avez fournis au sujet des appareils vendus par la société B. Le pourcentage de bénéfice, avant la majoration de la taxe, était de 51·7 p. 100 pour le commerçant, de 12·7 p. 100 pour le distributeur et de 1 p. 100 pour le fabricant. J'ai beaucoup de mal à comprendre cela, monsieur Simpson.—R. Tout ce que je peux vous dire, monsieur Croll, c'est que ces chiffres proviennent du service de comptabilité d'une société jouissant d'une excellente réputation. J'imagine que cette société sait ce qu'elle fait et que ses comptes sont en bon ordre; je ne puis donc pas démentir les chiffres qu'elle m'a communiqués.

D. Je vais poursuivre un peu la citation de ces chiffres afin qu'ils figurent au compte rendu. Après l'augmentation de la taxe d'accise, le pourcentage du bénéfice accordé au commerçant est tombé à 51·3 p. 100, soit une diminution de 0·4 p. 100; le bénéfice accordé au distributeur est passé à 12·9 p. 100, soit une augmentation de 0·2 p. 100, tandis que le fabricant a enregistré, je crois, une perte de 27·3 p. 100,—les chiffres en rouge indiquent une perte n'est-ce pas?—R. C'est exact.

D. C'est une perte de 26·3 p. 100—est-ce bien la situation telle qu'elle existe actuellement?—R. De fait c'est une perte de 28·3 p. 100, car un bénéfice de 1 p. 100 a été transformé en une perte de 27·3 p. 100. Cela pourrait vous intéresser. Je sais que vous voudriez connaître le montant de ces prétendus bénéfices.

D. Non pas des "prétendus bénéfices", monsieur Simpson, car me semble-t-il, vous avez cité des chiffres correspondant à la réalité.—R. C'est tout à fait exact. J'ai sous les yeux le bulletin quotidien du Bureau fédéral de la Statistique daté du 19 novembre 1951. J'y lis:

> Ci-dessous figurent les bénéfices bruts et nets, respectivement, (en pourcentages des ventes nettes) réalisés en 1950 dans ces vingt branches du commerce ainsi que le révèle l'enquête du Bureau de la Statistique. Les chiffres entre parenthèses sont les pourcentages correspondants pour l'année 1948:

Et je trouve vers le milieu de la liste: Appareils électriques et radios, 10 p. 100 pour l'année 1950 et 9·5 p. 100 pour l'année 1948, ce pourcentage représentant le bénéfice net réalisé par les détaillants d'appareils électriques. Ces chiffres pourraient vous être utiles.

D. Revenons, si vous le voulez bien, à la société B "appareils électriques—cuisinières—type d'appartement". J'attire votre attention sur le pourcentage du bénéfice qui était de 47·1 p. 100 avant l'augmentation de la taxe et qui est monté à 51·6 p. 100 après l'augmentation de la taxe. Avez-vous ces chiffres?—R. Oui je les ai sous la main.

D. Cela aussi j'ai beaucoup de mal à le comprendre. J'imagine que les raisons que vous avez déjà fournies s'appliquent également dans ce cas?—R. Oui, on a demandé aux sociétés de nous communiquer des chiffres au sujet de ces divers appareils afin que nous soyons en mesure d'aider le Comité dans ses délibérations. Ce pourcentage m'a été communiqué. Je ne mets pas en doute l'honnêteté des sociétés qui nous ont communiqué ces chiffres, mais je ne saurais expliquer l'écart qui existe entre eux.

D. Revenons encore à la société B, la première qui m'ait donné des difficultés. A la quatrième ligne, sous la rubrique "appareils électriques—cuisinières" on indique que le prix de revient du fabricant s'élève à $185.64, les taxes de vente et d'accise à $16.27, ce qui fait un total de $201.91. Est-ce là le prix avant l'augmentation de la taxe?—R. C'est bien cela.

D. Et le prix après l'augmentation de la taxe est-il bien; prix de revient du fabricant: $276.78, taxes de vente et d'accise; $44.75, ce qui fait un total de $321.53. Je ne m'explique pas bien ce coût de $276.78. Quelqu'un pourrait peut-être me l'expliquer.—R. Est-ce l'augmentation que vous ne comprenez pas? Vous ne pouvez pas rapprocher les $185.64 des $276.78?

D. Oui.—R. C'est la question à laquelle j'ai répondu tantôt monsieur Croll. Cela est dû entièrement au fait que la production n'est maintenant que les quatre dixièmes de ce qu'elle était antérieurement; cela dépend du volume. Lorsque le volume de la production diminue, le prix de revient de chaque article produit augmente en conséquence.

D. C'est tout, monsieur Simpson.

Le PRÉSIDENT: Je vous remercie, monsieur Croll. A vous, monsieur Shaw.

M. Shaw:

D. Monsieur Simpson, prenons par exemple la rubrique "Appareils électriques—machine à laver" de la société B. Vous indiquez qu'avant l'augmentation de la taxe, le prix de revient du fabricant s'élevait à $97.41 tandis qu'après il s'élevait à $124.10. Sous ces chiffres vous avez indiqué le montant en dollars des taxes de vente et d'accise. A quelle période ces prix se rattachent-ils? S'agit-il d'une moyenne depuis la mise en vigueur du nouveau budget?—R. Il s'agit bien de la ventilation du prix de cette machine avant l'exposé budgétaire du 10 avril 1951 comparativement au prix actuel. Il est impossible de déterminer un prix à moins de le faire à une date donnée.

D. Ces $124.10 seraient le prix de revient du fabricant à quelle date?—R. La semaine dernière, n'importe quand en octobre.

D. Ne pourriez-vous pas indiquer quel a été le prix de revient en mai?—R. En mai?

D. Oui.—R. Je pense que le prix de revient avait fort peu changé en mai, car à ce moment-là, le plein effet de la taxe ne s'était pas encore fait sentir. En d'autres termes le fabricant qui n'avait pas été prévenu de l'application de la taxe n'aurait pas pu, en mai, réduire sa production ou annuler les arrivages à son usine des matières premières. Son volume de production était probablement le même et par conséquent ses frais de fabrication étaient les mêmes qu'au cours du mois précédent, mais dès qu'il fut en mesure de ralentir sa production et que son volume commença à décroître,—ce qui s'est produit en juin ou en juillet,—ses frais de fabrication commencèrent immédiatement à augmenter comme l'indique le mémoire. Il s'agit simplement du volume de la production.

D. Oui, je comprends. Est-il coutumier, monsieur Simpson, lorsque des augmentations de taxes sont mises en vigueur, lorsque l'on s'attend, par exemple, à une diminution du volume des affaires, que le fabricant relève plus ou moins automatiquement ses frais de fabrication? Est-ce là une pratique courante? En d'autres termes est-il courant d'augmenter presque immédiatement les prix de revient du fabricant? Peut-être ne me comprenez-vous pas bien?—R. J'en suis désolé.

D. J'ai remarqué que dans la plupart des cas les prix de revient des fabricants augmentent dès l'augmentation des taxes et pour des raisons tout à fait indépendantes du relèvement de la taxe; en outre, ils y ajoutent la taxe. Les frais de fabrication qui figurent dans les livres sont immédiatement relevés.—R. Pas immédiatement, mais n'oublions pas que l'effet de la taxe se fait sentir à mesure que diminue le volume de production et que la diminution du volume de production entraîne immédiatement l'augmentation du prix de revient unitaire. J'ose croire, monsieur Shaw, que vous ne taxez pas d'arbitraires les prix de revient fixés par les fabricants. Ces prix sont fonction, en dollars et en cents, des frais généraux, de la main-d'œuvre, des matières premières, etc. Ce ne sont pas des chiffres arbitraires.

D. La seule raison pour laquelle j'ai posé cette question, c'est que j'ai souvent constaté que lors de la présentation du budget, les prix imposés aux détaillants augmentent invariablement dans de plus fortes proportions que la taxe elle-même. C'est pourquoi j'ai posé ma question. Il y a lieu de noter,

dans presque tous les magasins, qu'à la suite d'une augmentation de la taxe de vente le prix de vente exigé du consommateur est majoré d'un montant supérieur à celui de la taxe.—R. C'est ce qui a fait l'objet de la question de M. Croll et de la discussion qui s'en est suivie, à savoir que la majoration du prix est supérieure à l'augmentation de la taxe.

D. Cela se pratique-t-il couramment?—R. Oui, comme je l'ai dit, il s'agit d'une majoration en pourcentage qui joue sur la taxe elle-même. Les détaillants doivent faire face à des frais bancaires supplémentaires, surtout s'il s'agit de petits détaillants qui ne disposent pas de fonds suffisants pour se maintenir en affaires et, comme je l'ai dit, la Commission des prix et du commerce en temps de guerre a autorisé cette pratique.

D. D'après la plupart des états financiers dont nous sommes saisis au sujet des appareils électro-ménagers, le fabricant vend ces appareils au distributeur à prix inférieur au prix de revient.—R. Oui, depuis la mise en vigueur de la taxe.

D. Et le fabricant continue à produire et à livrer ces appareils à un prix inférieur à ce qu'ils lui coûtent. Est-ce exact?—R. C'est exact.

D. Est-il vrai, comme l'indiquent les chiffres que vous avez fournis, qu'il en est ainsi pour tous les fabricants d'appareils électro-ménagers.—R. Il en est ainsi depuis l'application de la taxe.

D. Les bilans de ces sociétés pour les quatre mois passés révèleraient donc, à votre avis, que dans presque tous les cas les articles ont été fabriqués à perte? —R. Oui en ce qui concerne la fabrication des appareils électro-ménagers. Prenons, par exemple, la maison E qui est une fabrique de petits appareils électro-ménagers; vous remarquerez que ses bénéfices ont diminué et que pour le troisième trimestre elle accuse une perte ainsi que pour octobre et pour la période allant de juillet à octobre, inclusivement. J'appelle votre attention sur cet état de chose simplement parce que cette maison a fourni des chiffres précis au sujet de ses pertes. Je peux affirmer, autant que je sache, que la plupart des maisons de fabrication d'appareils électro-ménagers, ont enregistré des pertes à partir du mois d'août et jusqu'en novembre inclusivement.

D. Une dernière question dans le même ordre d'idée. Pourriez-vous dire au Comité pourquoi le fabricant n'ajuste pas son prix de façon à couvrir ses frais de fabrication?—Est-ce qu'il se trouverait en mauvaise posture s'il s'arrangeait pour que le prix de détail ou le prix qu'il demande au distributeur lui permette de couvrir ses dépenses? Vous direz peut-être qu'il ne pourrait pas vendre, mais cela ne serait-il pas préférable pour lui que de faire faillite de cette façon? Pourquoi ne vend-il pas ses appareils à un prix qui lui permette de couvrir ses dépenses?—Il a en magasin des matières premières qui constituent un placement important. Il lui est impossible de laisser ces matières premières croupir sur place; il faut que l'usine fonctionne et il espère toujours que, demain, le Gouvernement réduira la taxe de vente et adoucira les restrictions sur le crédit aux consommateurs. Il ne peut fermer son usine à cause des fonds importants qu'il y a placés; je crois que vous avez dit vous-mêmes que s'il augmentait ses prix exagérément, de toute façon, il ne lui serait pas possible de vendre ses appareils.

D. Cela ne peut-il pas conduire à la faillite?—R. Oui si la situation devait se prolonger. Nous attendons un changement de politique; comme les fêtes approchent, nous comptons sur le père Noël.

D. J'imagine que vous êtes entourés de fabricants. Puis-je demander à l'un d'eux s'il se procure ses matières premières ou ses pièces détachées à des prix fixés?—R. L'un d'eux répond qu'il le voudrait bien. De fait, par suite de la pénurie des matières premières, ils doivent acheter au marché gris à des prix qui ont souvent quadruplé.

D. Vous préconisez donc la fixation des prix?—R. Si les métaux étaient assujétis à la fixation des prix, ce qui est je crois irréalisable, les dépenses des fabricants seraient bien moins élevées, car il leur a fallu souvent payer les matières premières deux ou trois fois ce qu'elles valent.

D. Je ne parle pas des prix fixés par l'État. Je parle des prix fixés par le fabricant. Croyez-vous que le producteur de matières premières a le droit de fixer le prix qu'il réclame du fabricant de la même façon que ce dernier fixe dans de nombreux cas le prix imposé au consommateur?—R. Je préfère "propose". Pour tous les motifs que nous avons invoqués, je crois qu'il devrait en avoir le droit. Nous avons montré que le consommateur est traité équitablement et que personne ne peut le rouler. Il n'en est pas ainsi de ces gens en ce qui concerne les prix des matières premières qui entrent dans la fabrication de leurs produits.

D. Parlez-vous du consommateur de l'article fini ou du fabricant?—R. Je crois que cela protège le consommateur de l'article fini car la marge de prix assure seulement un bénéfice raisonnable aux distributeurs et aux détaillants.

D. Êtes-vous fabricant?—R. Je suis directeur général de la Canadian Electrical Manufacturers' Association.

D. Vous avez des fabricants avec vous. Je ne me souviens pas du nom de ce monsieur?—R. M. Kennedy.

M. SHAW: Monsieur Kennedy, vous êtes fabricant, n'est-ce pas?

M. KENNEDY: C'est exact.

M. SHAW: Préféreriez-vous que les prix des matières premières et des pièces constituantes que vous utilisez dans vos fabrications fussent fixés par les producteurs?

M. KENNEDY: Ils le sont en réalité.

M. SHAW: D'une façon générale?

M. KENNEDY: Oui.

M. SHAW: Vous rivalisez avec d'autres fabricants afin d'obtenir des matières premières?

M. KENNEDY: C'est exact.

M. SHAW: Les prix varient?

M. KENNEDY: Oui; la fixation des prix n'existe pas dans ce domaine. J'ai toute liberté d'acheter de l'acier de qui je veux; le marchand d'appareils électroménagers jouit du même privilège en ce qui concerne les appareils.

M. SHAW: Non pas en ce qui concerne ceux que vous fabriquez?

M. KENNEDY: Si.

M. SHAW: Préférez-vous vous voir privé du droit de marchander lorsque vous désirez vous procurer des matières premières qui ne sont vendues que par un seul producteur, ou bien continuer à exercer ce droit?

M. KENNEDY: Pourriez-vous répéter votre question?

M. SHAW: Supposons que vous ayez besoin d'une certaine matière pour vos fabrications qu'un seul producteur est en mesure de vous fournir. Préféreriez-vous que le producteur fixe son prix ou préféreriez-vous avoir le droit de chercher ailleurs à meilleur compte?

M. KENNEDY: En réponse à votre question je dois dire que s'il n'y a qu'un fournisseur d'une matière, le prix en est automatiquement fixé.

M. SHAW: Chercherez-vous à vous procurer un produit comparable?

M. KENNEDY: Oui tout comme le ferait le vendeur ou le consommateur.

Le président:

D. Je voudrais vous poser une question. J'ai entendu ce que vous avez dit au sujet de l'effet désastreux de ces taxes. Vous avez déclaré que c'est en août que l'effet s'en est fait pleinement sentir. En consultant les dossiers à l'égard de la société B, je me souviens des déclarations d'impôt sur le revenu qui ont été faites par les sociétés de fabrication d'appareils électriques. Ces sociétés n'ont jamais connu une année aussi prospère. Avant l'augmentation de la taxe, la société B a réalisé un bénéfice de 1 p. 100 sur les cuisinières: elle a perdu 1 p. 100 sur les réchauds, 16·5 p. 100 sur les grille-pain, 13·2 p. 100 sur les machines à laver et 11·6 p. 100 sur les fers à repasser. Je me demande, en l'occurrence, comment ces sociétés ont pu gagner autant d'argent.—R. La société dont vous parlez a réalisé un programme d'expansion; elle a dû engager de forts capitaux dans son service de fabrication d'appareils électro-ménagers. C'est une importante société qui a dû compter sur ses autres services de fabrication pour se maintenir à fleur d'eau en attendant d'avoir terminé son programme d'expansion et de s'être constitué une clientèle. Elle n'avait réalisé que la moitié de son programme lorsque la taxe a été mise en vigueur; en voilà le résultat. Du point de vue fiscal on ne voit que le bilan général qui indique que les pertes enregistrées sur les bananes ont été largement compensées par les bénéfices réalisés sur les oranges.

D. C'est plus qu'une question de bananes, il y a là toute une gamme de fruits. Cette société constitue-t-elle un bon exemple si elle perd délibérément de l'argent sur certains produits afin d'en faciliter la vente?—R. Vous constaterez, je crois, que toutes les sociétés ont perdu de l'argent en ces quatre derniers mois.

D. Je parle des chiffres antérieurs à la mise en vigueur de la taxe. Je ne me soucie pas de ce qui est arrivé depuis. Vous avez expliqué que les relèvements fiscaux ont eu de graves effets, mais je vous parle des prix en vigueur avant l'augmentation de la taxe.—R. Cet état de choses est attribuable au programme d'expansion; un certain volume s'impose. La société L en constitue un exemple.

D. Je voudrais qu'on s'en tienne à la société B que votre association a choisie comme exemple typique. Je ne pense pas qu'une société ayant entrepris un programme d'expansion constitue un bon exemple.—R. Je n'ai choisi aucune société; j'ai demandé à presque toutes les sociétés de fabrication d'appareils électro-ménagers de me fournir des chiffres. Les chiffres en cause me sont parvenus en temps voulu; je n'ai choisi aucun société en particulier.

D. En ce qui concerne cette question de la fixation des prix de revente, lorsque le fabricant fixe la marge de bénéfices du détaillant à 51·7 p. 100, il s'agit d'une remise de 100 p. 100. Cinquante et un p. 100 du prix de détail représentent un bénéfice de 100 p. 100 sur le prix qu'il a payé.—R. La remise est inférieure à la majoration. Prenons un article qui coûte au marchand $1 et sur lequel il réalise un bénéfice de 50 p. 100; cela fait $1.50. Mais si l'on prend le prix que verse le consommateur et qu'on le compare au prix de $1 versé au fabricant, la remise serait d'un tiers.

D. D'accord. Voici ce que je veux dire: si le détaillant obtient une majoration de 51 p. 100, le distributeur 12·7 p. 100 et celui qui fixe le prix 1 p. 100, ce dernier n'est pas un fabricant mais un philanthrope.—R. Nous en convenons.

L'hon. M. Garson:

D. Vous dites que les normes de fabrication sont plus strictes au Canada. Pourriez-vous nous dire, vous ou l'un de vos collègues, dans quelles proportions ces normes augmentent les prix?—R. Je crains de ne pouvoir répondre à cette question. Je pourrais prendre comme exemple la Canadian Standards Asso-

ciation, qui en vue de protéger les clients et en raison du risque d'incendie, exige que chaque brûleur et le four des cuisinières électriques soient munis d'un fusible. Aux États-Unis les cuisinières électriques ne sont dotées que d'une seule boîte à fusible. Les cuisinières fabriquées au Canada se réparent plus facilement car si un brûleur fait défaut il est facile de le répérer.

D. Je le comprends, mais ce que je veux savoir c'est le montant que cela a ajouté au prix?—R. Je ne saurais faire d'estimation.

D. Quant en point soulevé par le président qui me semble être le point crucial de toute l'affaire, j'aimerais faire connaître mon avis au sujet des données que vous avez fournies. Mon avis est constitué en partie par des conclusions que j'ai tirées. Si je comprends bien, vous avez demandé aux sociétés A, B, C, etc. . . . de vous faire connaître leurs frais de fabrication et les bénéfices qu'elles ont enregistrés immédiatement avant l'augmentation de la taxe et après la mise en vigueur de la majoration, est-ce exact?—R. Non, je n'ai pas fait ma demande de cette façon. Je leur ai demandé de me faire connaître les prix de revient de leurs divers appareils, ainsi que le montant de leurs bénéfices et de démontrer si possible la différence qui existe entre les prix de revient, les prix de vente aux distributeurs et les prix de vente aux commerçants. Certaines société m'ont fourni ces chiffres, mais pas toutes. Je ne suis pour rien dans la façon dont elles ont établi leurs chiffres, mais la même demande a été faite à chacune.

D. Le but de ces données est de montrer le changement de prix et de majoration qui est survenu lors de la mise en vigueur de la taxe, n'est-ce pas cela?—R. Non ce n'est pas tout à fait cela.

D. Ces données révèlent les prix en vigueur avant l'augmentation de la taxe et après. Est-ce bien cela?—R. Voudriez-vous, monsieur MacBain avoir l'obligeance de répondre à cette question?

M. MacBain: Je crois qu'en préparant leur documentation relative aux prix et aux frais de fabrication la plupart des fabricants ont voulu souligner que les frais fluctuent sans cesse.

L'hon. M. Garson: Et les prix qui étaient en viqueur antérieurement à la majoration de l'impôt et qui figurent à la colonne n° 1, vous affirmez au comité qu'ils constituent les prix courants relativement aux frais du consommateur et du distributeur et aux autres frais à ce moment-là. S'agit-il du prix de revient pour un mois, pour un jour, ou pour quelque autre période?

M. MacBain: Cela dépend de la période de base dont s'est servi chacun des fabricants.

L'hon. M. Garson:

D. Cela dépend des calculs de chaque fabricant. Et voilà les données qu'on nous présente comme reposant sur une base uniforme. Quelle foi le comité peut-il y ajouter?—R. Nous ne prétendons pas qu'elles reposent sur une base uniforme. Si vous parcourez ces données, vous constaterez, en vous arrêtant à chacune d'elles, qu'elle diffère totalement des autres.

D. Mais elles revêtent toutes la même forme?—R. Oui.

D. Société B—"accessoires", "cuisinière", "prix courants proposés"— les termes et les chiffres sont identiques. De prime abord, il semble qu'il s'agisse de la même chose, mais j'accepte votre explication, parce que je supposais que telle était bien la situation avant même de poser la question.

Or, monsieur Simpson, vous avez dit que même avant l'entrée en vigueur du nouvel impôt, la plupart de ces sociétés vendaient à perte la plupart de ces accessoires?—R. Je n'ai pas parlé de la plupart des sociétés.

D. Même si vous n'en avez pas parlé, il s'agissait bien de la plupart n'est-ce pas?—La société B, quant aux cuisinières, 1 p. 100; la société B, quant au petites cuisinières . . .—R. C'est la même société.

D. . . .dimensions du logement, 9 p. 100. La société B, grilles-pain à retournement, 16·5 p. 100; lessiveuses, 13·2 p. 100, fers à repasser, 11·6 p. 100; réfrigérateurs, 7·4 p. 100. . .—R. Il s'agit de la même société. Passons à une autre entreprise, la société G, par exemple.

D. Parfait, comment s'y est-elle prise?—R. Ses données reposent sur les chiffres pour 1949, 1950 et dix mois de 1951.

D. Mais la société G n'a-t-elle pas accusé une déficit quant à ses lessiveuses?—R. En 1949, oui.

D. Oui?—R. En 1950, par contre, elle a réalisé un bénéfice.

D. Mais qu'une société quelconque réalise un bénéfice ou accuse un déficit à l'égard d'un article donné à un moment particulier, cela tient, à mon avis, à des circonstances qui n'ont rien à voir à la comparaison que le comité cherche à établir. Ainsi, n'avez-vous pas, sauf erreur, affirmé que certaines de ses entreprises, même avant l'entrée en vigueur des majorations d'impôt, avaient lancé de vastes programmes visant à produire ces denrées au Canada afin d'épargner des dollars américains?—R. En effet.

D. Ce programme de production a influé sur le prix de revient à ce moment-là?—R. C'est bien cela.

D. Or, je ne suppose pas le moindrement que vos chiffres manquent d'exactitude,—vous n'auriez pu ni en obtenir ni en soumettre d'autres au Comité, mais pour ce qui est de leur utilité lorsqu'il s'agit de déterminer exactement la répercussion de la majoration d'impôt ou l'avantage de la fixation des prix de revente en tant que règle, n'est-ce pas qu'ils nous sont à peu près inutiles?—R. Non, je ne souscris nullement à ce que vous dites.

D. Pas même à mon exposé de faits?—R. Les faits y sont exposés sous un faux jour.

D. Mais ils sont tirés de votre mémoire?—R. Pardon, monsieur, je diffère totalement d'avis. Nous avons exposé en toute bonne foi une coupe transversale de notre industrie et démontré que les bénéfices, comme vous l'avez déduit vous-même, ont été inférieurs à ce qu'on aurait raisonnablement pu s'attendre, et que, dans bien des cas, l'opération s'est soldée par une perte. Les faits n'ont pas été choisis, ni la période visée. J'ai demandé à toutes ces entreprises de me fournir des chiffres; elles se sont rendues à ma demande. Comme nous l'avons donné à entendre la semaine dernière, nous aurions beaucoup préféré que vous formuliez une série de questions auxquelles nous aurions répondu, mais notre proposition en ce sens a été rejetée.

M. HEES: Très bien!

L'hon. M. GARSON: La société B accuse une perte, une perte sensible relativement à nombre d'appareils. Je dois donc conclure et je conclus effectivement,—veuillez me reprendre si je m'abuse,—que, dans le cas de la société B, cela tient à ce qu'un vaste programme d'expansion avait entraîné des frais de premier établissement qui, à ce moment précis, ont sans doute influé outre mesure sur le prix de revient des appareils énumérés à la liste? Vous n'avez pas l'intention, j'imagine, de nous faire croire que la société vendait tous ces appareils à perte même avant l'entrée en vigueur de la taxe? C'est bien ce que révèlent vos chiffres, mais j'hésite à croire que c'est là ce que vous affirmez. Or, quels sont les faits? Avant l'entrée en vigueur de la taxe, la société B perdait-elle 9 p. 100 sur les petites cuisinières d'appartement, 16·5 p. 100 sur son grille-pain à retournement, 13·2 p. 100 sur sa lessiveuse et 11·6 p. 100 sur son fer à repasser?—Est-ce bien là ce que vous affirmez, qu'elle perdait de l'argent sur ces appareils avant l'application de l'impôt?

Le TÉMOIN: Je n'ai rien dit de semblable. J'ai demandé aux sociétés de me renseigner; voilà les chiffres que m'ont fournis leurs services de comptabilité. J'ai toute raison de croire qu'ils sont exacts et fournis de bonne foi.

L'hon. M. GARSON: Ils ont sans doute été fournis de bonne foi, mais je les trouve incroyables.

M. THATCHER: Ces articles étaient déjà frappés de lourds impôts.

L'hon. M. GARSON: N'est-il pas juste de supposer qu'au cours de l'année pour laquelle elles ont soumis ces chiffres, chacune de ces sociétés a réalisé un bénéfice considérable sur l'ensemble de ses opérations, bénéfice à l'égard duquel elle a dû acquitter l'impôt sur le revenu?

Le TÉMOIN: Pas s'il s'agit de sociétés fabriquant des appareils. A quelle année songez-vous?

L'hon. M. GARSON: Prenons l'année avant la majoration de l'impôt?

M. THATCHER: Cette année-ci?

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. THATCHER: C'est-à-dire l'an dernier.

Le PRÉSIDENT: Prenons la dernière année financière.

L'hon. M. GARSON: 1950. Avez-vous...

M. CROLL: Laissons au témoin l'occasion de répondre.

Le TÉMOIN: S'il s'agit de la société G, elle fait ressortir ces aspects.

L'hon. M. Garson:

D. Non, je préfère m'en tenir à la société B?—R. Naturellement, mais je m'efforce de vous expliquer que l'autre société fournit des données pour une période de trois ans.

D. Ce qui m'intéresse,—et ce qui devrait vous intéresser, puisque vous êtes le témoin,—c'est la société B.

Comment se fait-il que, même avant l'application de l'impôt, la société en question perdait beaucoup d'argent, alors qu'elle allouait des escomptes et de fortes marges de bénéfices aux distributeurs et vendeurs?—R. Je doute que l'escompte accordé aux distributeurs et vendeurs y soit pour grand-chose. Indépendamment de ses propres frais de production, qui influent sur le coût de revient l'unité, on ne saurait le passer au distributeur ou vendeur qui doit toucher son propre bénéfice pour rester en affaires. Quiconque veut écouler un produit, n'a pas d'autre moyen que de le confier au distributeur ou vendeur.

D. Ce qui complique la situation, pour ce qui est de la Société B, c'est qu'elle vient de se lancer dans un vaste programme d'expansion qui a entraîné des dépenses supplémentaires.—R. Inutile pour vous de ne me poser aucune autre question au sujet des opérations de ladite société. J'en ignore les complexités et les particularités.

D. N'y a-t-il aucun de vos associés qui soit au courant.—R. Non, il n'en savent rien.

Le PRÉSIDENT: Une dernière question monsieur Garson.

L'hon. M. GARSON: Or, si la marge du détaillant a augmenté du fait de l'imposition de la taxe, c'est, a-t-on prétendu, que lorsqu'elle atteint le détaillant, elle devient une partie du prix de revient à l'égard duquel il doit établir son pourcentage,—ce que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre a d'ailleurs reconnu. Il n'en serait pas ainsi, n'est-ce pas, s'il s'agissait d'une taxe de vente au détail.

Le TÉMOIN: Non, il n'en serait pas ainsi. Nous aurions préféré l'autre mode, celui de la taxe imposée au détail. Le public aurait alors su que ces articles étaient frappés d'une taxe, qui n'eut pas été occulte.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees?

M. Hees:

D. En répondant à une question de M. Croll, sauf erreur, vous avez dit que les marges bénéficiaires que les fabricants allouaient aux détaillants correspondaient à peu près à celles que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre avait autorisées?—R. En effet. Ce que je m'efforçais d'expliquer, c'est que la Commission avait permis de calculer la marge sur la taxe imposée, vu les frais supplémentaires de financement qu'elle entraînait.

D. De sorte que les majorations que les détaillants ont effectuées à l'égard des appareils électriques équivalent à peu près à celles que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre avait autorisées?—R. Je ne sais pas si elles se fondent en tout point sur la même base, mais en principe elles sont les mêmes.

D. Puisque la Commission des prix et du commerce en temps de guerre était un organisme officiel, il faut donc conclure, en principe, que les majorations qui étaient équitables à ce moment-là, ne le sont pas moins aujourd'hui?—R. C'est exact.

Le PRÉSIDENT: A-t-il dit qu'elles étaient les mêmes.

M. HEES: M. Simpson a affirmé qu'au fond elles étaient les mêmes aujourd'hui.

Le PRÉSIDENT: Ce n'est pas ainsi que j'ai interprété ses paroles

M. HARRISON: Il a dit que le principe était le même.

Le TÉMOIN: J'ai dit que le principe dont s'inspirait la marge de bénéfice était celui que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre avait approuvé. Je n'ai pas prétendu que le pourcentage était le même.

M. Hees:

D. Je croyais que vous aviez dit que le pourcentage de la marge bénéficiaire était le même. Si le détaillant a droit à une marge bénéficiaire de 40 p. 100 avant l'imposition de la taxe d'accise, ce qui représente un certain montant en dollars, une fois la taxe appliquée, il touchera 40 p. 100 plus 40 p. 100 de la taxe d'accise?—R. Oui.

D. C'est précisément ce que je tiens à démontrer. Mettons que le détaillant ait droit à une marge de bénéfice de 40 p. 100, qui s'établit à $10. avant l'entrée en vigueur de la taxe. Une fois la taxe ajoutée son bénéfice sera donc de $10 plus 40 p. 100 de la taxe d'accise?—R. En effet.

D. Autrement dit, le client acquitte non seulement la taxe d'accise mais encore la marge du détaillant par rapport à la taxe d'accise.

Voilà un point important, monsieur le président; je suis très heureux de l'avoir réglé. Il s'est produit précisément ce que l'opposition avait prévu pour le jour où la taxe entrerait en vigueur. Le consommateur acquitte non seulement la taxe d'accise que l'État perçoit, mais encore la marge de bénéfice du détaillant à l'égard de la taxe d'accise.

Le PRÉSIDENT: Sous le régime de la fixation des prix de revente, alors que les marges sont prévues.

M. HEES: Non, sous n'importe quel régime.

Le PRÉSIDENT: Non.

M. HEES: Oui, peu importe que la fixation des prix de revente soit pratiquée ou non. Le pourcentage de bénéfice du détaillant s'applique également après l'imposition de la taxe, de sorte que le consommateur doit acquitter la taxe plus le bénéfice du détaillant à l'égard de la taxe d'accise, sous le régime de la fixation des prix ou autrement. N'ai-je pas raison?

Le TÉMOIN: Vous avez raison.

Le PRÉSIDENT: De l'avis de M. Simpson.

M. HEES: Les autres fabricants conviennent-ils que j'ai raison?

Le TÉMOIN: Oui.

M. HEES: Merci beaucoup c'est tout.

Le PRÉSIDENT: Le sénateur Fogo?

L'hon. M. Fogo:

D. La seule question que je désire poser découle de la mention qu'on a faite de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre. Les marges bénéficiaires autorisées par la Commission des prix et du commerce en temps de guerre ne sont-elles pas les mêmes que celles qui existaient antérieurement à la création de ladite commission?—R. Pardon, monsieur . . .

D. On vous a demandé tantôt si les marges bénéficiaires actuelles ne suivaient pas d'assez près celles que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre avait accordées à votre industrie pendant la guerre. Vous avez, sauf erreur, répondu par l'affirmative.—R. Ce que j'ai dit, c'est que le pourcentage de bénéfice sur la taxe, pratique inévitable en l'occurrence, était autorisé en principe par la Commission des prix et du commerce pendant la guerre. Au fait, on n'y avait pas droit au début mais les détaillants étant venus à Ottawa pour conférer avec M. Gordon et certains autres, on leur permit de toucher un pourcentage de bénéfice sur la taxe à cause des frais supplémentaires qu'elle entraînait, vu la nécessité d'escompter les effets de commerce, etc. Ce que j'affirme, c'est qu'en principe nous suivons la règle autorisée durant la guerre. Je n'ai pas prétendu que le pourcentage était le même. Cela se peut, mais je l'ignore.

D. Je vous rappelle ma question: Les pourcentages autorisés n'étaient-ils pas inférieurs à ceux qui existaient antérieurement à l'institution de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre?—R. Cela, je l'ignore.

D. Est-il quelqu'un parmi ces autres messieurs qui soit en mesure de répondre à la question?

M. HUME: M. Kennedy, peut-être.

M. KENNEDY: La Commission des prix et du commerce en temps de guerre avait, sauf erreur, permis à l'égard de la taxe un pourcentage de bénéfice légèrement inférieur à celui qu'on touchait d'ordinaire avant d'ajouter la taxe d'accise.

L'hon. M. FOGO: Oui, mais indépendamment de la taxe, les marges de bénéfices approuvées, comme on l'a dit, par la Commission des prix et du commerce en temps de guerre n'étaient-elles pas inférieures à celles dont jouissait l'industrie avant, mettons, la réglementation par ladite commission?

M. KENNEDY: Je réponds directement à votre question par un oui. A ce propos, je désire signaler que dans l'industrie où je fais affaires, les escomptes commerciaux applicables à l'échelon du détail sont aujourd'hui moins élevés qu'ils ne l'étaient alors.

L'hon. M. FOGO: Vous avez sans doute raison.

Le PRÉSIDENT: Le sénateur Burchill.

D. J'ignore si vous possédez des chiffres sur le volume des ventes. Nous nous rendons compte, il va sans dire, que le prix de revient dépend, pour une large part, du volume. Seriez-vous en mesure de fournir certains chiffres au comité, relativement à la tendance actuelle, au pays, du volume des ventes?—R. Je n'ai pas de chiffres, mais il y a plusieurs mois, en septembre précisément, nous avons effectué un examen sommaire qui nous a révélé comme je l'ai déjà dit,—il s'agit de chiffres approximatifs uniformément applicables—que la production dans l'industrie des accessoires s'établit quant au volume

à 40 p. 100 environ de ce qu'elle atteignait à la même date l'an dernier, tandis que, s'il faut en croire ce que m'en ont dit certains détaillants, les ventes au détail s'établissent à 25 ou 30 p. 100 de ce qu'elles étaient à la même époque l'an dernier. Je ne saurais vous donner des chiffres exacts mais voilà les pourcentages approximatifs que nous ont révélé un sondage-éclair.

D. Les détaillants ont-ils constaté que le public refusait d'acheter, vu les prix élevés de vos appareils électriques?—R. Tout le monde en parle. Mais cela ne tient pas uniquement aux prix, mais pour une large part à la réglementation très sévère du crédit au consommateur, d'après laquelle le consommateur doit acquitter la moitié du prix au comptant et le solde en douze versements mensuels, dans le cas de certains articles et, dans le cas d'appareils coûteux, un tiers au comptant et le reste en douze mois.

D. Cette mesure a ralenti les ventes?—R. Oui, parce qu'il est difficile pour ceux qui touchent un salaire chaque semaine de payer par mensualités.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Harrison, vous avez la parole.

M. Harrison:

D. M. MacBain n'a-t-il pas dit que le coût de la fabrication était soumis à de violentes fluctuations? Or, s'il en est ainsi, les chiffres qui figurent à votre état des bénéfices ne varieraient-ils pas sensiblement d'après les diverses époques de l'année.

M. MACBAIN: Oui, ils varient. Jusqu'à ces derniers temps, alors que le coût du matériel et de la main-d'œuvre s'est malheureusement accru de façon constante, les fabricants avaient réussi à faire face à la difficulté en augmentant le rendement et grâce au volume plus considérable. Cependant, immédiatement avant l'imposition de la taxe, la plupart des fabricants achetaient du matériel, surtout l'acier, à des prix fantastiques. Je songe en particulier à la période antérieure à l'impôt, alors que le volume était élevé. Ainsi, quoique les bénéfices varient, ces variations n'ont jamais été aussi accusées que les pertes essuyées depuis quelques mois.

M. HARRISON: Je le conçois, mais ce que je cherche à démontrer c'est qu'une énumération de frais, telle que vous nous en avez fournie aujourd'hui par rapport à diverses périodes, même s'il s'agissait de la période de l'application de la taxe ou de la période antérieure, entraîne des résultats très divers. Ai-je raison?

M. MACBAIN: Oui, vous avez raison, mais mon explication précédente vaut quand même.

M. HARRISON: Voici où je veux en venir: En réalité, les chiffres relatifs au coût ne se rapportent qu'à la période déterminée tandis que lorsqu'il s'agit, mettons, de plusieurs années, ces chiffres n'ont guère de sens. Est-ce bien cela?

M. SIMPSON: Je ne comprends pas que vous formuliez une telle affirmation.

M. CROLL: L'interrogé a compétence...

Le PRÉSIDENT: M. Simpson dirige la députation, monsieur Croll.

M. CROLL: Mais c'est à M. MacBain qu'on a posé la question.

M. HARRISON: Parce que c'est M. MacBain qui l'a soulevée.

M. MACBAIN: Auriez-vous l'obligeance de répéter votre question?

M. HARRISON: Je tiens à déterminer l'utilité de ces rapports pour le comité. Ils donnent surement une idée de la situation actuelle, mais s'ils se rapportaient à la période antérieure à la majoration de l'impôt, ils seraient tout autres.

M. SIMPSON: Revenons, comme je l'ai demandé à tout le monde, à la société G. Son état, qui remonte à 1949, éclaire tout le problème.

M. Harrison:

D. Mais porte-t-il sur les mêmes points que les chiffres précédents, dans lesquels il s'agit surtout d'appareils, tandis que les données de la société G visent toutes les opérations?—R. Les chiffres relatifs aux onze examples différents ont tous trait aux appareils.

D. Autant que j'aie pu me rendre compte d'après les renseignements que m'a fournis M. MacBain, les chiffres que nous examinons ne se rapportent qu'à la période indiquée. Si nous avions des chiffres correspondants, par rapport à l'an dernier, mettons, ils révéleraient une situation bien différente.—R. Dans bien des cas, nous avez ces chiffres pour les années 1949 et 1950 ainsi que pour dix mois de 1951, mais vous refusez de les examiner.

D. Passons.

M. THATCHER: Arrêtons-nous à ces chiffres.

Le TÉMOIN: Arrêtons-nous à l'état de la société G. Portant sur tous genres d'appareils, il indique qu'en 1949 on a réalisé un bénéfice moyen de 4·5 p. 100. On y a tenu compte de toute la gamme d'articles. Ces chiffres indiquent qu'en 1950 les bénéfices de la société se sont établis à 7·4 p. 100, et pour les dix premiers mois de 1951, à 4·1 p. 100.

M. HARRISON: Passons. Je tiens à interroger M. Butters au sujet d'une question que m'a posée un de ses détaillants. Je désire établir la ligne de conduite de la société lorsqu'il s'agit de vendre la marchandise dont le prix est majoré. Quelle est votre attitude envers le détaillant qui a de cette marchandise sur les bras? Lui permettez-vous de la vendre à l'ancien prix ou doit-il se conformer au nouveau prix que vous lui avez imposé?

M. BUTTERS: Puisque vous me posez là une question bien nette, je vous dirai que nous n'avons aucune ligne de conduite arrêtée à cet égard. L'inauguration de la taxe y est étroitement liée. Ainsi, les détaillants qui disposaient dans leurs salles d'exposition et dans leurs entrepôts d'articles non assujétis à la taxe, se sont souvent permis de les vendre, à un prix ne tenant pas compte de la taxe. Dans des cas comme ceux-là, nous attirons l'attention du détaillant sur ce qu'il lui restera dans ses salles d'exposition, une fois la taxe supprimée, beaucoup de marchandise à l'égard de laquelle il l'aura acquittée, de sorte qu'il faudra bien qu'il s'arrange pour toucher son bénéfice tôt ou tard. Quant à ce que vous me demandez au sujet des prix, notre ligne de conduite à cet égard est assez souple. Elle n'a rien de rigide. Si nous élevions le prix alors que le détaillant avait encore de la marchandise à l'ancien prix,—je dis bien si, car il y a longtemps que cela nous est arrivé,—le vendeur, la plupart du temps, resterait libre de la vendre au prix qu'il voudrait, car nous n'exigerions pas qu'il vende aux nouveaux prix ce qu'il a acheté moins cher.

M. HARRISON: Comme j'ai déjà été négociant, je vous comprends lorsque vous soutenez que celui-ci doit réaliser un bénéfice sur la marchandise non assujétie à la taxe afin de compenser la perte qu'il subira en revendant des articles à l'égard desquels il a déjà acquitté la taxe. Vu la question que ce particulier a soulevée, je suis heureux que vous me répondiez. D'après lui, lorsque votre société majore le prix de certains de ses articles, pour des raisons autres que les impôts, elle insiste pour qu'il augmente d'autant le prix des denrées dont il dispose déjà. Il ajoutait que si c'était là le régime de la fixation des prix de revente, il en désirait ardemment la suppression. Il m'a d'ailleurs communiqué ses vœux en ce sens. Cela m'a frappé vu, surtout, que vos ententes de prix lui rapportaient un certain bénéfice. C'est tout, pour l'instant.

Le PRÉSIDENT: C'est votre tour, monsieur Mott.

M. Mott:

D. Monsieur le président, la question que je désire poser à M. Simpson fait suite à celle que lui a posée M. Carter, ainsi qu'à celle de M. Croll. J'aimerais qu'on m'explique plus à fond l'écart qu'il y a entre les prix des États-Unis et ceux du Canada. M. Croll a fourni à M. Simpson certains chiffres indiquant que la main-d'œuvre coûte de 20 à 25 p. 100 plus cher aux États-Unis, à quoi M. Simpson a répliqué qu'elle coûte cependant moins cher l'unité chez nos voisins que chez nous. Comment explique-vous cela?—R. Je ne suis pas sûr de pouvoir vous l'expliquer immédiatement. Comme je le disais à M. Croll, je me souviens d'avoir lu cela quelque part mais, pour l'instant, je ne saurais dire où. N'oublions pas, cependant, que leur volume de production est le décuple du nôtre, de sorte que le coût par unité est nécessairement plus bas chez-eux que chez nous.

L'hon. M. HORNER: J'ai lu l'article dont parle M. Simpson. Il s'agissait du coût de la production sidérurgique aux États-Unis. On y expliquait que l'ouvrier canadien touche sans doute un salaire un peu mois élevé que son confrère américain, mais qu'aux États-Unis la production-heure par homme dépasse de beaucoup celle du Canada.

M. Mott:

D. Voilà où je voulais en venir. Ce n'est pas que nos ouvriers soient inférieurs à ceux des États-Unis. Estimez-vous que nos ouvriers travaillent tout aussi fort que ceux des États-Unis?—R. Je le pense, mais je ne me prétends pas compétent en la matière.

D. Le seul autre moyen serait de perfectionner les méthodes de production massive. Les fabricants canadiens n'ont-ils pas organisé leurs usines afin de répondre aux besoins de la population?—R. Ils s'efforcent par tous les moyens d'être aussi compétents que possible. Ils ont, en effet, organisé leurs usines, comme vous dites, autant qu'il leur a été possible. Il n'en demeure pas moins qu'aucune société canadienne, dont la production est dix fois moindre qu'aux États-Unis, ne saurait réduire le prix de revient, à l'unité, au même point que là-bas car, entre autres raisons, nos frais d'outillage sont plus élevés et le fabricant canadien ne dispose que d'un dixième du volume de production pour les amortir.

D. La production massive et le volume, voilà donc l'explication?—R. Oui, elle se fonde sur ces éléments.

D. Les fabricants canadiens ont-ils pour règle de faire travailler leurs ouvriers à la pièce?—R. Parfois, oui. Quant à la règle générale, je l'ignore, mais j'imagine que chaque fabricant adopte des méthodes différentes, je sais pertinemment, pour l'avoir entendu dire, qu'il y a des ouvriers qui travaillent à la pièce.

D. Merci.

M. HUME: Monsieur le président, avant que personne d'autre poursuive l'interrogatoire, je désire informer le comité que j'ai obtenu une liste de modèles à peu près comparables fabriqués, les uns par une société américaine et les autres au Canada. J'ai également quelques chiffres indiquant le pourcentage respectif de la majoration du modèle fabriqué aux États-Unis et du modèle de fabrication canadienne. Le réfrigérateur de la Westinghouse Electric Corporation, que frappe la taxe d'accise américaine de 10 p. 100 se vend $319.95 aux États-Unis, tandis qu'un modèle assez comparable mais non identique, fabriqué par la Canadian Westinghouse Company et grevé d'une taxe d'accise de 10 p. 100 et d'une taxe de vente de 15 p. 100, coûte $479, soit une majoration de 50 p. 100.

Une lessiveuse automatique se vend $299.95 aux États-Unis, tandis que le même modèle, au prix duquel il faut ajouter nos taxes d'accise et de vente, se vend $439 au Canada, soit 46 p. 100 de plus.

Un fer à repasser électrique coûte $12.95 aux États-Unis, contre $15.50 au Canada, soit un écart de 19 p. 100.

Le PRÉSIDENT: Merci. C'est votre nom qui vient ensuite, monsieur Croll.

M. Croll:

D. J'aimerais éclaicir plusieurs points. Revenons à la société B. J'en viendrai à la société G, soyez sans inquiétude. Pour ce qui est de la société B, vous avez fourni le montant de $276.78.—R. Voilà ce que la cuisinière coûte au fabricant.

D. La cuisinière?—R. Une fois la taxe ajoutée, oui.

D. La taxe est entrée en vigueur en avril 1951.—R. Le 10 avril, sauf erreur, c'est-à-dire la date de l'exposé budgétaire.

D. En effet. Ce chiffre a donc trait à cette date?—R. Non, il ne s'y rapporte pas.

D. A quelle date alors?—R. Il est d'aujourd'hui.

D. D'aujourd'hui?—R. Oui.

D. La date n'a rien à y voir, quoiqu'on mentionne le mois de novembre?—R. Non, mais le montant se ressent du volume réduit et des frais de production accrus.

D. Je m'en rends compte.—R. Or, comme je l'ai déjà expliqué, on ne saurait ralentir la production le jour même de l'entrée en vigueur d'une taxe, car il faut deux ou trois mois pour utiliser le matériel déjà acheté, avant de pouvoir réduire la production, etc. Cela ne se fait pas du jour au lendemain.

D. Vous l'avez attribué au fiéchissement de 40 p. 100 à l'égard du volume. —R. Le volume actuel n'est que de 40 p. 100, ce qui représente une réduction non de 40 p. 100 mais de 60 p. 100.

D. Revenons à la question du ministre de la Justice. Il vous a demandé si, en général, les sociétés, dont certaines sont ici représentées, n'avaient pas réalisé d'importants bénéfices en 1950?—R. Votre question porte-t-elle sur toutes les sociétés, même celles qui produisent de l'équipement, ou seulement celles qui fabriquent des appareils ménagers?—Une distinction s'impose entre elles.

D. Il me faut désigner une société; mettons qu'il s'agisse de la Canadian General Electric, dont les représentants sont ici.—R. Je ne saurais répondre à la question telle que vous l'avez posée car nous sommes convenus de nous en tenir à des exemples anonymes.

Le PRÉSIDENT: Non, il prétend que ses représentants sont parmi nous aujourd'hui. On n'a dévoilé à personne le nom des sociétés représentées.

M. CROLL: On nous l'a fourni lors de la première séance; on nous a fourni le nom de ces messieurs.

Le PRÉSIDENT: Sans doute, mais pas des sociétés énumérées.

M. Croll:

D. Non, je ne parle pas des sociétés énumérées à la liste. Il y a un certain mystère à cet égard. D'aucuns parmi nous s'intéressent à l'ensemble des sociétés, dont une couple sont représentées ici aujourd'hui. Vu que les sociétés nous sont connues, je leur demande si elles ont réalisé d'importants bénéfices? —R. Puis-je vous répondre de la façon suivante, monsieur Croll, en faisant appel à ma mémoire. Le bilan de la General Electric pour l'an dernier a paru dans tous les journaux.

Le PRÉSIDENT: Oui.

Le TÉMOIN: Si je me rappelle bien, à l'égard d'un chiffre d'affaires d'environ 50 millions de dollars, elle accusait, dans l'ensemble, un bénéfice de 4·9 p. 100 pour l'année 1950. Je crois que telle était bien la situation, mais c'est de mémoire seulement que je parle, il va sans dire.

M. Croll:

D. Je vous pose donc la question suivante, afin que vous y répondiez:

Voici le profit net que la Canadian General Electric a réalisé au cours de plusieurs années: en 1946, $2,411,505; en 1947, $3,144,381; en 1948, $5,300,079; en 1949, $4,506,375; et en 1950, $7,039,612.

Puisque la Canadian Westinghouse est également représentée ici, voici des renseignements qui la touchent. En 1946, ses bénéfices se sont établis à $605,904; en 1947, à $2,300,288; en 1948, à $4,177,340; en 1949, à $4,487,708; et en 1950, à $5,809,058.

Le PRÉSIDENT: S'agit-il de bénéfices nets ou bruts.

M. CROLL: De bénéfices nets.

Le PRÉSIDENT: Les taxes acquittées?

M. CROLL: Le bénéfice net, comme vous le savez, est celui qui reste une fois les taxes acquittées.

Le TÉMOIN: A noter que ces chiffres n'ont aucun sens, à moins d'établir le rapport au volume des ventes, au chiffre d'affaires ainsi qu'au pourcentage de bénéfice. Ils n'ont aucun sens, comme chiffres, à moins de les confronter avec le volume des ventes et le pourcentage du profit net. C'est dire que les chiffres dont vous nous avez donné lecture ne signifient rien.

M. Croll:

D. Mais ils ont un sens pour ceux qui touchent les bénéfices.—R. Quel a été le pourcentage de bénéfice par rapport au volume des ventes?

D. Cela, c'est tout autre chose. La question s'est posée au sujet des bénéfices importants réalisés en 1950. Afin de vous donner une idée quelconque de ces bénéfices, je vous ai fourni les chiffres exacts de 1946 à 1950.—R. Vous avez énuméré des montants en dollars, mais si ces chiffres se rapportent à un chiffre d'affaire, mettons, de 200 millions plutôt que de 25 millions ou tout autre montant, le bénéfice ne paraîtrait pas déraisonnable.

L'hon. M. GARSON: Personne n'a donné à entendre que ces chiffres étaient déraisonnables. Vous ne semblez pas avoir très bonne conscience à ce sujet.

Le TÉMOIN: Nullement, monsieur Garson.

L'hon. M. GARSON: Faites-nous l'honneur de nous croire un peu intelligents. Personne ne les juge anormaux. Au contraire, nous estimons qu'ils sont dans l'ordre.

Le PRÉSIDENT: Tous les membres du comité, j'en suis sûr, tiennent à ce que les entreprises commerciales réussissent. Le ministère des Finances leur veut sûrement du bien. Mais la société B, quoiqu'elle ait perdu de l'argent à l'égard de presque tous ses produits, nous semble, chose extraordinaire . . .

M. CROLL: Je ne connais l'identité ni de la société B ni de la société G. Je ne vous ai même pas demandé de me la dévoiler. Mais s'il s'agissait de la société B ou d'une de celles dont MM. Sinclair et Garson ont parlé, cela ne semblerait guère compatible avec les résultats dont je viens de donner lecture, n'est-ce pas?

Le TÉMOIN: Tout à fait compatible, si, comme je l'ai déjà dit, il s'agissait d'une grande variété de produits. Nous avons affirmé ici la semaine dernière, vous vous en souvenez, que l'industrie des appareils ménagers représentait, en dollars, environ de 15 à 20 p. 100 de l'industrie électrique tout entière et que celle-ci réalisait ses plus fortes recettes par la vente aux appareils lourds, tels

transformateurs, générateurs, appareils d'aiguillage, disjoncteurs dans l'huile; il se peut fort bien qu'elle se reprenne sur ces articles importants servant à la transmission de l'énergie électrique, puisqu'ils représentent 80 p. 100 de la production et permettent de réaliser une proportion plus élevée de bénéfices. Aussi, s'il s'agissait de la fabrication de tels articles, il pourrait très bien arriver que, tout en ayant perdu de l'argent à l'égard d'autres produits, on ait réussi à obtenir les résultats dont vous avez parlé.

M. CROLL: J'ai tiré cet exemple de la livraison du 14 avril 1951 de la *Gazette* de Montréal, d'après laquelle:

> Les bénéfices nets de 100 entreprises sont montés de 27·4 en 1950; le "papier" s'est distingué par une majoration de 33·7 p. 100.

Par "papier", l'on entend l'industrie de la pâte et du papier.

Le PRÉSIDENT: Vous avez épuisé votre seconde période de 10 minutes, monsieur Croll. Il nous reste à entendre M. Garson et M. Hees.

L'hon. M. Garson:

D. Monsieur Simpson, par deux ou trois fois, vous avez dit qu'une des raisons pour lesquelles le prix de revient est plus élevé au Canada, c'est que les États-Unis produisent dix fois plus que le Canada.—R. A peu près, oui.

D. Cela m'a intrigué. Il ne s'agit pas là de la production d'une seule usine américaine, n'est-ce pas?—R. Je songeais aux réfrigérateurs, à une manufacture importante de réfrigérateurs aux États-Unis, par opposition à un certain fabricant canadien. L'entreprise américaine produit environ dix fois plus d'appareils que nous n'en pourrions fabriquer dans une de nos usines.

D. L'outillage de ce vaste établissement ne serait-il pas exactement le même que celui de l'usine canadienne? N'est-ce pas là ce que vous avez affirmé par deux ou trois fois?—R. J'ai dit, qu'en fait, il lui faudrait le même genre d'outillage.

D. Le même genre d'outillage, mais pas la même quantité, j'imagine. Cette déduction me paraît évidente, mais vos observations semblent indiquer tout autre chose. Mettons que deux usines fabriquent des réfrigérateurs, l'une aux États-Unis et l'autre au Canada, l'usine américaine en produisant dix fois plus en un jour que l'usine canadienne, leurs frais d'outillage ne seraient pas nécessairement proportionnés à leur rendement, n'est-ce pas?—R. Je n'ai pas dit qu'ils le seraient.

D. J'ai cru que c'est là ce que vous affirmez.—R. Non, je n'ai pas dit cela. J'ai signalé que leurs frais d'outillage seraient répartis sur un volume beaucoup plus considérable.

D. Mais les frais d'outillage à répartir sur ce volume ne seraient-ils pas beaucoup plus élevés?—R. Mettons qu'il s'agisse d'une presse à tailler et à former les parois d'un réfrigérateur. Tandis que la presse canadienne pourrait suffire à la besogne en deux heures, la même presse, montée dans l'usine américaine devrait, pour suffire au volume décuplé, fonctionner dix fois plus que la presse canadienne.

D. Oh non. C'est là ce que vous avez donné à entendre.—R. Non. Le fabricant canadien doit disposer du même genre d'outillage mais, vu son moindre volume, il pourrait ne l'utiliser que pendant une ou deux heures par jour, tandis que dans l'usine américaine, le même outillage, telle la presse à métal, pourrait produire dix fois plus, en fonctionnant, mettons, 12 ou 24 heures par jour.

D. J'avais cru comprendre que le prix de revient, en l'occurence, s'établissait au décuple de celui de l'établissement canadien; ce n'est pas du tout ce que vous avez voulu dire?—R. Non, pas du tout.

D. A combien, alors? Au double?—R. Je ne pourrais dire au juste. Tout ce que je sais c'est qu'aux États-Unis les frais d'outillage, par unité, seraient proportionnellement beaucoup moindres qu'ici, au Canada. Dans quelle proportion? Je l'ignore, car la proportion varie avec le produit.

D. L'un de vos associés peut-il me fournir ce renseignement?—R. J'en doute, car la proportion varie avec le produit.

D. Un des représentants ici présents de la Canadian General Electric Company serait-il en mesure de nous renseigner sur la puissance de rendement de la plus importante usine d'accessoires de cette société, et de nous dire si cette puissance est supérieure ou inférieure au rendement moyen des usines américaines de la même société?

M. L. E. BUTTERS: Monsieur le président, si nous prenons comme exemple les réfrigérateurs, je répondrai qu'outre-frontière tous les réfrigérateurs de la société sont fabriqués à l'usine d'Erié, et qu'au Canada ils le sont tous à l'usine de Montréal.

On pourrait compléter ainsi la déclaration de M. Simpson: Les frais d'outillage, on l'a souligné, sont beaucoup plus élevés, ou plutôt relativement plus élevés au pays. Par exemple l'outillage servant à découper une porte de réfrigérateur peut coûter de $60,000 à $70,000. S'il s'agit d'un grand réfrigérateur, l'outillage complet coûtera généralement jusqu'à environ $400,000. Supposons qu'il s'agisse de l'outil servant à découper les portes et qu'au Canada il découpe 50 p. 100 des portes; l'outil servira exclusivement au découpage des portes jusqu'à ce que le modèle devienne désuet, ce qui ajoute encore au prix de revient. Aux États-Unis, l'outil sert jusqu'à usure complète, alors qu'on le remplace.

L'hon. M. GARSON: Aux États-Unis, la proportion dépasse de beaucoup 50 p. 100, mais sans jamais atteindre 100 p. 100, n'est-il pas vrai?

M. BUTTERS: Au contraire, elle atteint le maximum. Dans certains cas l'outil est remplacé avant que le modèle soit abandonné.

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. BUTTERS: La différence du prix de revient s'explique par la plus forte mécanisation industrielle que justifie le volume plus élevé. Au Canada, nous fabriquons des réfrigérateurs, et j'estime que je suis en mesure d'établir avec connaissance de cause le degré de mécanisation de nos usines. Mais lorsqu'il s'agit de faire quelque rapprochement avec la situation correspondante aux États-Unis, la comparaison devient impossible. Les usines américaines, le nombre d'heures de travail par unité, élément important du prix de revient, est beaucoup moins élevé.

L'hon. M. GARSON: Oui.

M. BUTTERS: Ainsi, tout le problème peut se résoudre au volume. On a fait ici grand état, aujourd'hui, du volume relatif. En 1940, le nombre des réfrigérateurs fabriqués et vendus au Canada ne s'est chiffré que par 72,000, et les prix de revient ont été très élevés. En 1950, les usines canadiennes en ont produit environ de 300,000 à 350,000. Nous venons à peine d'atteindre le point où nos prix de revient se rapprochent un peu des leurs. C'est cet effet sur les prix de vente que nous avons cherché à exposer ici ce matin de même que lundi dernier, en disant que sur le marché domestique nos prix de vente sont loin d'avoir été aussi majorés que ceux de l'autre produit.

Toutefois, lorsque l'industrie canadienne produira de 500,000 à 600,000 réfrigérateurs par année,—c'est une conjecture que je me permets,—notre société se rapprochera sensiblement du prix de revient américain, produira à un prix de revient assez voisin du prix américain. C'est exclusivement affaire de volume. Le marché domestique n'est pas suffisant pour maintenir une production ininterrompue de douze mois, et c'est là l'une de nos grandes difficultés.

Le même problème ne se pose pas, aux États-Unis. On y produit hebdomadairement tant de milliers d'unités cinquante semaines par année. On y ferme les usines pendant les vacances, qui sont de deux semaines. Ainsi la production américaine n'oscille pas sensiblement, sauf lorsqu'il y a baisse exceptionnelle des ventes par suite d'impôts et de restrictions au crédit. Le rythme de la production hebdomadaire reste le même, et les prix de revient fléchissent graduellement au point qu'il devient difficile de les abaisser davantage. Tout bon manufacturier s'emploie par tous les moyens imaginables à réduire ses frais le plus possible sans réduire la qualité du produit.

Au Canada, le volume de la production ne nous permet pas encore d'agir de la sorte. Chez nous, la fabrication des réfrigérateurs reste hautement saisonnière dans le domaine des appareils. C'est un point sur lequel nous avons insisté. Le réfrigérateur peut être un article de ménage essentiel, mais nombreux sont les foyers qui s'en passent lorsque le thermomètre marque zéro et attendent, pour l'acheter, que les chaleurs de juillet amollissent leur beurre. Juin, juillet et août sont nos bons mois de l'année, et il en sera toujours ainsi. Il nous est simplement impossible, au Canada, de maintenir la production à un niveau qui puisse favoriser la saine économie. C'est pourquoi nos prix de vente sont élevés et c'est ce qui nous empêche d'abaisser les prix de revient.

L'hon. M. GARSON: Votre entreprise est encore dans l'enfance et vous espérez avec le temps, à mesure que le marché grandira, pouvoir réduire vos prix et accroître encore davantage vos ventes?

M. BUTTERS: J'ajouterai l'exemple des fers électriques. Le fer électrique est un petit produit appartenant à la catégorie des articles de ménage et vous avez dû remarquer que, dans certains cas, les prix des fers au Canada souffrent très avantageusement la comparaison avec ceux du même produit aux États-Unis. Les fabricants du Canada ont pu produire de 200,000 à 300,000 fers par année, et le prix de revient, en Ontario, est à peine d'une fraction de cent supérieur à celui de la General Electric en Californie. C'est le débit qui fait baisser les prix de revient.

M. MacInnis:

D. Voici quelques autres questions sur un point qui se trouve déjà éclairci, mais sur lequel je désire appeler votre attention. On a déclaré ici qu'aux États-Unis, où les salaires sont plus élevés, les prix de revient par unité sont plus bas.—R. En effet, les prix de revient par unité sont plus bas.

D. La raison ne s'en trouve-t-elle pas dans la lucide explication donnée par M. Butters, à savoir qu'il y a plus forte mécanisation industrielle aux États-Unis? L'ouvrier américain est muni de machines meilleures et plus complètes, de sorte qu'il peut produire à meilleur compte?—R. Précisément.

M. Shaw:

D. A propos de la société C., monsieur Simpson, il est question vers le milieu de la page du revenu de la fabrique. Que signifie cette expression?—R. Elle signifie, je crois, ce que touche la société lorsque le produit est vendu au distributeur. Vous pouvez voir, immédiatement au-dessous, les frais de vente.

D. Je me demandais s'il s'agissait du prix de revient pour le fabricant, mais je faisais erreur. Comment expliquez-vous alors que les variations soient si faibles entre 1950 et 1951 tant pour les réfrigérateurs que pour les fourneaux de cuisine, en ce qui concerne le revenu de fabrique. La variation s'établit à moins d'un dollar dans le cas des fourneaux de cuisine, et à encore moins que cela de quelques cents en 1951?—R. C'est la question à laquelle je répondais.

D. Je ne pouvais, voyez-vous, m'expliquer les fortes variations du fourneau de cuisine, société B, lorsque celles du fourneau de cuisine, société C, sont si faibles.—R. C'est ce que je faisais remarquer. Les compagnies, à ma demande, m'ont remis certains renseignements, mais elles ne partent pas toutes des mêmes données; nous l'avons déjà fait observer. La société B a établi ses prix de revient sans la majoration puis avec la majoration de l'impôt, tandis que la société C a établi les siens pour l'année 1950 et pour 1951 jusqu'à présent, c'est-à-dire pour une période de dix mois. Dans la première partie de l'année il y a eu trois excellents mois, suivis d'une dégringolade de mai à août alors que la situation était plus que médiocre. Il s'agit donc en quelque sorte d'une moyenne, puisque la période compte trois bons mois, janvier, février et mars.

L'hon. M. BURCHILL: M'est-il permis de poser une question au témoin qui nous a fait un si intéressant exposé au nom de la Canadian General Electric Company? Je suis enchanté de sa déclaration, car nombreux sont les clients des provinces Maritimes qui jugent exorbitants les prix des articles ouvrés qui leur parviennent de l'Ontario et de la province de Québec; ils se demandent si ces prix finiront jamais par baisser. Je conclus de vos observations de ce matin que tout repose sur le volume des ventes, et que le fabricant canadien, à débit légal, peut produire à tout aussi bon compte que son rival des États-Unis?

M. BUTTERS: C'est exact, monsieur le sénateur. Après avoir fait ma déclaration au sujet des fers à repasser, j'ai cherché à me rappeler quels étaient nos prix, par rapport aux prix américains, avant l'application de l'impôt, et je crois avoir raison de dire qu'aux États-Unis, il avait taxe d'accise de 10 p. 100 sans taxe de vente, alors qu'ici nous avions une taxe de vente d'environ 10 p. 100 sans taxe d'accise. Lorsque j'ai établi ma dernière comparaison, notre meilleur fer se vendait aux États-Unis $11.95, et au Canada, $12.50.

L'hon. M. BURCHILL: Je conclus que si vous aviez un marché aussi considérable que le marché américain, vous soutiendriez sans crainte la concurrence de n'importe quel fabricant des États-Unis?

M. BUTTERS: C'est exact.

M. Jutras:

D. Tout repose, avez-vous dit, sur le volume, et l'augmentation du volume provoquerait, au pays, une diminution des prix de revient. Je regrette, mais je ne saisis pas très bien. Nous avons connu des périodes pendant lesquelles certains produits ont été complètement soustraits à la concurrence; dans certaines lignes, le fabricant canadien jouissait de l'exclusivité du marché. Or, pendant ces mêmes périodes, les prix de revient, par unité, ont sensiblement augmenté. Presque inévitablement, lorsque les droits de douane disparaissent et que la concurrence est rétablie, les prix de revient baissent un peu; et lorsque le marché est refermé et que le fabricant canadien a encore le volume considérable qu'il avait pendant que le marché était libre, les prix montent, au lieu de baisser. Ce sont là les résultats pratiques, et bien que ce soit très bien en principe, dans la pratique les choses ne se passent pas ainsi et les prix montent. Voici un exemple qu'il est possible de généraliser. En 1947, il n'existait pour ainsi dire aucune concurrence chez nous à l'égard des aspirateurs. Les droits s'établissaient à 20 p. 100 sur les importations en provenance du Royaume-Uni, et à 5 p. 100 sur les importations en provenance des États-Unis, source pour ainsi dire unique de nos approvisionnements. Cette année-là, les aspirateurs étaient au nombre de 105,295, et le prix, par unité, était de $45.66. Du 12 novembre 1947 à janvier 1948, des restrictions officielles ont fermé le marché à la concurrence extérieure. La production canadienne est passée de 105,000 à 138,585, et le coût a été réduit à $43.30. En 1949, le

marché a été fermé de nouveau et pendant cette période la production canadienne est restée ce qu'elle était pendant l'autre période. Or, le prix est monté à $49.93. Ainsi, en 1949, lorsque notre fabricant jouissait de l'exclusivité du marché, le prix, au lieu de baisser, a monté, même après augmentation du volume.

M. SIMPSON: Lorsque furent appliquées, en 1947, les restrictions aux importations payables en dollars, une taxe d'accise de 25 p. 100 frappait les accessoires électriques. Vous semblez oublier que durant la même période les salaires ont augmenté ainsi que les prix du matériel. D'ailleurs, il fallait généralement se procurer le matériel au Canada vu la nécessité d'épargner les devises américaines; de plus, les prix du matériel étaient supérieurs à ceux qui avaient cours alors.

M. Jutras:

D. Ici, quelques chiffres deviendraient intéressants. Encore une fois, jamais, que je sache,—et j'admets que d'autres facteurs puissent entrer en jeu,—on n'a pu démontrer par des chiffres que le fabricant canadien qui jouit d'un marché étendu en profite pour abaisser ses prix à la consommation. Si elles existent, les données dans ce sens m'intéresseraient fort, mais je doute qu'elles soient disponibles. Tout ce qu'on a pu nous servir jusqu'ici, c'est une théorie.—R. Je m'excuse, mais je ne pense pas que ce soit une question de production.

A Genève, tous les droits de douane sur les accessoires électriques sont passés de 25 p. 100 à 22·5 p. 100, ce qui est une réduction de 10 p. 100. Sur le fil et le câble, la réduction a été bien plus forte, mais la disposition qui a eu le plus d'influence a été la modification apportée à l'article 35 de la loi des douanes établissant la valeur imposable au dédouanement. J'en oublie le texte, mais je sais que la disposition fixe la valeur, au dédouanement, sur les cours de la vente libre au pays d'origine. Les États-Unis étaient censés adopter une mesure visant à simplifier leur loi de douane en vue de déterminer les valeurs imposables des marchandises, mais ils n'en ont rien fait. Tout se résout donc, chez nos voisins, à s'assurer des cours sur le marché libre et le niveaux de ces prix devient la valeur imposable.

Il faut attribuer à cette fixation arbitraire de la valeur que de janvier à septembre de la présente année (1951) le Canada ait importé plus de 100,000 réfrigérateurs; si ces importations s'étaient maintenues pendant tout l'année, elles auraient représenté 9 p. 100 de la production canadienne de 1950. Le droit de douane n'est que l'un des éléments en cause. Tout le problème est bien compliqué.

M. CARTER: Une toute petite question, car je me demande si j'ai bien saisi la pensée de M. Butters lorsqu'il a parlé des fabriques de réfrigérateurs. Avez-vous laissé entendre que si l'étendue du marché vous permettait de doubler votre production actuelle, vos nouveaux prix de revient vous mettraient en mesure de rivaliser avec les prix aux États-Unis? Vous n'avez pas dit "doubler"; vous avez eu recours à des chiffres.

M. BUTTERS: J'ai dit, au sujet des réfrigérateurs, que si l'industrie, prise dans son ensemble, était deux fois plus considérable qu'elle ne l'est présentement ou qu'elle ne l'était en 1950 ou 1951, les fabricants pourraient, à mon avis, s'appliquer activement à réduire leurs coûts au niveau des prix de revient américains.

M. CARTER: Si les fabricants doublaient leur production actuelle?

M. BUTTERS: Oui; mais l'objectif serait considérable. Pour vous en faire une idée, je vous rappellerai ce que j'ai dit: En 1940, nous avons produit et vendu environ 75,000 réfrigérateurs; mais le chiffre correspondant de 1950 s'établit à 346,000.

Le TÉMOIN: Il s'agit de toute l'industrie canadienne, et non de la General Electric simplement?

M. BUTTERS: Oui. Si l'industrie canadienne pouvait produire 750,000 réfrigérateurs par année, ce serait considérable. C'est une possibilité que nous envisageons, il va sans dire; mais elle est peut-être encore éloignée.

Au Canada, un autre facteur entre en jeu. Les fabricants se sont rendu compte que durant le premier trimestre les affaires ont été bouleversées, et nous avons emboîté le pas. Nous n'avons pu suffire à la tâche, et c'est ce qui explique les importations américaines. Les fabricants des États-Unis ne pouvaient concurrencer nos prix canadiens dans la plupart des cas, et nombreux sont ceux qui ont cru que les réfrigérateurs américains importés pendant le premier et le second trimestre étaient offerts à meilleur compte que nous ne pouvions offrir les nôtres au Canada. Mais ils faisaient erreur, parce que la plupart se sont vendus à des prix supérieurs aux prix auxquels se vendent les réfrigérateurs canadiens. Il y avait pénurie, et l'on a choisi ceux-là.

Le PRÉSIDENT: La perspective d'une majoration de taxe a vraiment fait accroître la demande?

M. BUTTERS: Nous avons été autant incommodés durant le premier trimestre; pour notre part, nous aurions préféré de beaucoup que les ventes fussent réparties.

Le PRÉSIDENT: Merci, messieurs; je remercie spécialement M. Butters et M. Simpson des explications qu'ils nous ont fournies sur une question qui est souvent discutée à la Chambre des communes. Ces explications renseigneront beaucoup mieux les députés en particulier et la population en général sur le fonctionnement de l'industrie canadienne de la fabrication des accessoires électriques; elles bénécieront sans doute non seulement aux membres du comité mais encore à toute l'industrie elle-même.

La prochaine séance aura lieu demain matin, à 10 heures et demie.

(Le comité s'ajourne.)

APPENDICE "A"

RADIO-TELEVISION MANUFACTURERS ASSOCIATION OF CANADA
159, rue Bay
Toronto

MÉMOIRE À L'ADRESSE DU
COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION
RELATIVE AUX COALITIONS

Novembre 1951.

La Radio-Television Manufacturers Association of Canada se compose de soixante-dix sociétés canadiennes qui s'occupent de la fabrication d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision, d'appareils émetteurs, d'accessoires de T.S.F. et d'un matériel électronique divers. L'Association, qui existe depuis 25 ans, compte actuellement trois divisions actives: la division des appareils récepteurs, avec dix-huit sociétés membres; la division des appareils émetteurs, avec huit sociétés membres; et la division des pièces de rechange et accessoires, avec quarante-quatre sociétés membres. (Ci-joint la liste complète des dirigeants de l'Association, ainsi que de l'appellation et adresse postale des sociétés membres.)

Les membres de notre division des appareils émetteurs et de notre division des pièces de rechange ne s'occupent pas, normalement, de la fabrication de produits qui sont vendus au public; ce sont donc surtout les membres de notre division des appareils récepteurs qui s'intéressent directement à la question de la fixation du prix de revente. En effet, ce dernier groupe de sociétés fabrique des radiorécepteurs et des appareils de télévision de marque que l'on distribue dans tout le Canada et que l'on vend au public par l'entremise des magasins de détail.

Nous tenons à souligner que toutes les sociétés membres de la Radio-Television Manufacturers Association of Canada sont des fabricants, que les détaillants ne peuvent en devenir membres et qu'ils n'ont aucune relation ou affiliation que ce soit avec l'Association. En outre, la Radio-Television Manufacturers Association of Canada n'a absolument aucun mot à dire au sujet des prix ou des remises pratiqués par ses membres, chaque société fixant ses propres prix indépendamment des autres.

Notre association s'efforce de plaider la cause de ses membres chaque fois que l'intérêt et l'industrie se pose et d'aider ses membres par des moyens comme la réunion, la compilation et la distribution de données statistiques, commerciales et techniques se rapportant à l'industrie canadienne de la T.S.F. et de la télévision.

Toutes les sociétés membres de notre division des appareils récepteurs comptent chacune le même nombre de représentants dans notre conseil d'administration, et chacune de ces sociétés membres a énergiquement revendiqué le maintien du droit dont elle jouit présentement de fixer les prix de revente de ses propres produits, jugeant que le régime sert mieux que tout autre l'intérêt public, notamment quand il s'agit de la distribution et de la vente de produits aussi spéciaux que les appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision. Tous ces fabricants ne conserveront leur clientèle que si leurs produits fonctionnent bien; ils tiennent à ce que la vente, l'installation ou la réparation de leurs appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision restent confiées à des concessionnaires compétents.

La fabrication et la vente, au Canada, d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision sont des domaines où joue une vive concurrence: compte tenu de la

population et de l'importance du marché, le Canada est probablement le pays qui compte le plus grand nombre de sociétés se livrant à cette activité. Pour ce qui est des appareils récepteurs de T.S.F., la Radio-Television Manufacturers Association of Canada compte dix-huit sociétés membres, mais on trouve au moins dix autres sociétés canadiennes qui s'occupent de la fabrication de ces appareils. (A noter que la liste courante établie par le Bureau fédéral de la statistique dans ses rapports mensuels sur la production et la vente de radiorécepteurs énumère vingt-neuf sociétés canadiennes.) Au Canada, l'absence de stations d'émission fait que la télévision n'est encore que dans son enfance; tout de même, on a pu vendre environ 60,000 appareils récepteurs de télévision à des Canadiens situés assez près de la frontière pour capter la télévision américaine, et il vaut la peine d'ajouter que ces ventes se sont réparties entre pas moins de dix-huit fabricants canadiens. Au moins six autres sociétés canadiennes ont annoncé leur intention de produire et de vendre des appareils récepteurs de télévision à mesure que le marché canadien prendra de l'ampleur. Il devient manifeste que, dans une industrie soumise à une telle concurrence (règle générale, celui qu'on qualifie de "gros" fabricant accapare moins du dixième du marché total), la rivalité intense qui existe entre fabricants se fait sentir dans toute la distribution, ce qui assure au consommateur des prix raisonnables. Aucun fabricant ne pourrait évidemment proposer un prix de revente qui ne soutiendrait pas, à appareils égaux, la concurrence de ses nombreux rivaux, et s'attendre à emporter une partie importante du marché.

La fixation, par un fabricant canadien, du prix de détail d'un appareil récepteur de T.S.F. ou de télévision n'enlève en rien aux fabricants rivaux le droit de produire un appareil semblable et de fixer le prix de leur choix. Nous estimons que la publication des prix de détail proposés par chaque fabricant rival d'appareils de radio et de télévision a protégé l'intérêt public et garanti au consommateur un prix raisonnable. Sans ces prix établis ou proposés sur les appareils de T.S.F. et de télévision, le consommateur ne pourrait acheter intelligemment ces articles; il chercherait, pour se protéger, à obtenir de chaque détaillant le prix de chaque marque d'appareil qu'il offre en vente.

Tout fabricant canadien d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision qui propose les prix auxquels ses divers produits de marque doivent être revendus le fait de sa propre initiative, et sa décision ne présuppose aucune entente en matière de prix avec d'autres fabricants des mêmes appareils. Ainsi, la concurrence que se font entre eux les nombreux fabricants d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision s'exerce librement à tous égards; la concurrence n'est pas réduite ni la fabrication entravée.

L'examen du rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix, où il est recommandé "que la Commission d'enquête sur les coalitions étudie attentivement le problème de la fixation du prix de revente", ne révèle aucun témoignage, aucune conclusion indiquant que le régime de la fixation des prix, lorsqu'il s'agit d'articles comme les appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision, est contraire à l'intérêt public. Nous sommes d'avis que l'intérêt général en souffrirait grandement si le fabricant d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision se voyait enlever le droit de proposer le prix de revente de ses propres produits. Cela serait particulièrement vrai en cas de pénurie d'appareils ou encore en ce qui concerne les habitants de villes ou villages éloignés: les consommateurs seraient abandonnés à la merci de prix fixés à l'aventure, faute d'être protégés par des prix établis sur les produits faisant l'objet d'une réclame à l'échelle nationale, dont les appareils de T.S.F. et de télévision.

Les appareils de T.S.F. et de télévision ne sont pas des produits que le client achète souvent et, pour qu'ils durent longtemps et fonctionnent bien, il faut parfois que des spécialistes les réparent et les entretiennent. Si la

vente se termine toujours avec le marché initial, il n'en reste pas moins que le fabricant, sachant que pour maintenir ses ventes il lui faut conserver la faveur de ceux qui utilisent ses appareils, doit s'assurer que ces derniers sont installés, réparés et entretenus par les techniciens de détaillants autorisés. D'autre part, le détaillant autorisé doit compter sur deux choses: un bénéfice raisonnable sur la vente des appareils, et une concurrence raisonnable de la part de ceux qui vendent les mêmes articles.

La Commission royale d'enquête sur les prix a fait porter son étude surtout sur des articles que le consommateur achète normalement de jour en jour ou à d'autres intervalles fréquents et qui tombent dans une tout autre catégorie que celle des appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision. En ce qui concerne les produits de nos sociétés membres, le client s'intéresse, non seulement au prix initial, mais encore à la durée et au bon fonctionnement de l'appareil, à l'intégrité du fabricant, au problème d'installation, ainsi qu'à l'entretien et au service de réparation pendant une période de plusieurs années. Tout cela suppose, entre le fabricant, le grossiste et le détaillant d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision, des contacts beaucoup plus étroits que semble en exiger la vente de produits achetés et utilisés au jour le jour. Il faut, par exemple, que le détaillant voie à assurer une bonne installation et un bon service d'entretien. Il arrive souvent que les employés du détaillant reçoivent leur formation et leurs instructions du service technique du fabricant. Dans la vente de tels produits, les fabricants ne peuvent évidemment pas, en toute justice, décider que leurs obligations cessent avec le transfert des appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision aux grossistes ou aux détaillants qui les leur achètent.

Les membres de notre association sont en faveur de l'entreprise libre et ils estiment que le droit qu'a tout fabricant d'appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision de proposer le prix de détail de ses produits est partie inhérente au régime de l'entreprise libre. Nous croyons que le fabricant doit jouir d'une complète liberté d'action dans la vente de ses produits à tous les paliers du commerce, quels que puissent être les intermédiaires par lesquels les produits sont distribués, attendu que le palier qui l'intéresse par-dessus tout est celui de la consommation. Or, sans prix proposés, il ne pourrait voir à ce que le consommateur obtienne satisfaction quant au prix, au fonctionnement et au service d'entretien auxquels il est en droit de s'attendre.

Nous concluons, des considérations qui précèdent, qu'il serait absolument contraire à l'intérêt public de nier au fabricant le droit de proposer un prix de nomenclature pour les appareils récepteurs de T.S.F. et de télévision et notre association s'est prononcée dans le même sens dans le mémoire qu'elle adressait en septembre 1950 au comité chargé d'étudier la loi des enquêtes sur les coalitions.

Respectueusement soumis,

Le Secrétaire du conseil d'administration,

S. D. BROWNLEE.

Radio-Television Manufacturers Association of Canada
Conseil d'administration, 1951-1952

PRÉSIDENT: R. A. Hackbush, Stromberg-Carlson Co. Ltd., Toronto.
VICE-PRÉSIDENT: A. B. Hunt, Northern Electric Co. Ltd., Montréal.
SECRÉTAIRE: S. D. Brownlee, 159, rue Bay, Toronto.

Sociétés membres (novembre 1951)

a) *Division des appareils récepteurs*

Addison Industries Limited, 9, avenue Hanna, Toronto.
Canadian Admiral Corporation Limited, 500 Lakeshore road., Port-Credit (Ont.).
Canadian General Electric Company Limited, 212 ouest, rue King, Toronto.
Canadian Marconi Company, 2442, avenue Trenton, Montréal.
Canadian Radio Manufacturing Corp. Ltd., 11 Brentcliffe road, Leaside (Ont.).
Canadian Westinghouse Company Limited, Hamilton.
Chisholm Industries Limited, 4515, rue Main, Vancouver (C.-B.)
Coronet Television Corporation, case postale 50, Walkerville (Ont.).
Deseronto Electronics Limited, Deseronto (Ont.).
Dominion Electrohome Industries Limited, Kitchener.
Electrical Products Mfg. Co. Ltd., 5680, rue Fullum, Montréal.
Northern Electric Company Limited, Belleville.
Philco Corporation of Canada Limited, 1244, rue Dufferin, Toronto.
Pye Canada Limited, Ajax (Ont.).
RCA Victor Company Limited, 1001, rue Lenoir, Montréal.
Sparton of Canada Limited, London.
Stewart-Warner-Alemite Corporation Limited, Belleville.
Stromberg-Carlson Company Limited, 211, avenue Geary, Toronto.

b) *Division des appareils émetteurs*

Canadian General Electric Company Limited, 212 ouest, rue King, Toronto.
Canadian Marconi Company, 2442 avenue Trenton, Montréal.
Canadian Radio Mfg. Corp. Ltd., 11 Brentcliffe road, Leaside (Ont.).
Canadian Westinghouse Company Limited, Hamilton.
Federal Electric Manufacturing Company Ltd., 9600, boul. St-Laurent, Montréal.
Northern Electric Company Limited, Belleville.
Pye Canada Limited, Ajax (Ont.).
RCA Victor Company Limited, 1001, rue Lenoir, Montréal.

c) *Division des pièces et accessoires*

Aerovox Canada Limited, 1551 est, rue Barton, Hamilton.
Alliance Tool & Motor Co. Ltd., avenue Grand et Queensway, Toronto.
Arrow Radio Company, 1829, Davenport road, Toronto.
Audio Tool & Engineering Limited, 114, rue Jarvis, Toronto.
Burgess Battery Company, Niagara-Falls (Ont.).
Campbell Manufacturing Company Limited, 45 est, avenue Sheppard, Willowdale.
Canada Wire and Cable Co. Ltd., Station postale "R", Toronto.
Canadian Astatic Limited, 2271, avenue Danforth, Toronto.
Canadian General Electric Company Limited, 212 ouest, rue King, Toronto.
Canadian Marconi Company, 861, rue Bay, Toronto.
Canadian Radio Manufacturing Corp. Ltd., 11, Brentcliffe road, Leaside.
Canadian Westinghouse Company Limited, Hamilton.
Copper Wire Products Limited, 349, avenue Carlaw, Toronto.
Diamond State Fibre Company Limited, 46, Hollinger road, Toronto.
Dominion Electrohome Industries Limited, Kitchener, (Ont.).
El-Met-Parts Limited, Dundas, (Ont.).
Elora Industries Limited, Elora (Ont.).
Erie Resistor of Canada Limited, 1151, avenue Roselawn, Toronto.
Farley (T.S.) Limited, 176 nord, rue Catharine, Hamilton.
Federal Wire & Cable Company Limited, case postale 90, Guelph (Ont.).

Fleck (R.D.) & Company, 184 ouest, rue Bond, Oshawa (Ont.).
General Dry Batteries of Canada, 228 avenue Ste-Hélène, Toronto.
Hammond Manufacturing Company Limited, Guelph (Ont.).
International Resistance Company Limited, 11 ouest, rue King, Toronto.
Kester Solder Company of Canada Limited, Brantford (Ont.).
Marsland Engineering Company, 154 sud, rue Victoria, Kitchener.
Measurement Engineering Limited, Arnprior (Ont.).
Meredith, C. C. & Co. Ltd., Queen nord et Elgin, Streetsville (Ont.).
National Carbon Limited, 805 Davenport road, Toronto.
National Fibre Company of Canada Ltd., 107, avenue Atlantic, Toronto.
Phillips Electrical Works Limited, case postale 100, Brockville (Ont.).
Radio Components Limited, 560 ouest, rue King, Toronto.
Radio Condenser Company Limited, 6, Bermondsey road, Toronto.
Radio Speakers (Canada) Limited, 37, avenue Hanna, Toronto.
Radio Valve Company of Canada Limited, 189, rue Dufferin, Toronto.
RCA Victor Company Limited, 1001, rue Lenoir, Montréal.
Sangamo Company Limited, Leaside (Ont.).
Slater (N.) Company Limited, Hamilton.
Smallwood (S. G.) Limited, 397 est, rue King, Kitchener.
Smith & Stone Limited, Georgetown (Ont.).
Standard Radio Products, 108, rue Sydney, Kitchener.
Stark Electronic Instruments Ltd., édifice Stark, Ajax (Ont.).
Stromberg-Carlson Company Limited, 211, avenue Geary, Toronto.
United-Carr Fastener Company Limited, 265A, Davenport road, Toronto.
White Radio Limited, 41 nord, avenue West, Hamilton.

APPENDICE B

MÉMOIRE

adressé au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

en fonction du
Rapport intérimaire MacQuarrie

par la

DRUG TRADING COMPANY, LIMITED
Toronto

Le vendredi 23 novembre 1951

Avant-propos

Nous sommes heureux de pouvoir présenter le mémoire qui suit, où nous avons consigné des considérations et des témoignages que nous croyons de nature à aider le Comité dans ses délibérations.

Notre société a demandé à soumettre le présent mémoire parce qu'elle occupe une position unique, en ceci que la société appartient en propre à 1,535 pharmaciens détaillants disséminés dans tout le Canada. C'est actuellement dans le commerce des produits pharmaceutiques, l'organisme de gros, le plus considérable du continent; l'an dernier, il a compté plus de 25 p. 100 de toutes les affaires du commerce de gros des produits pharmaceutiques dans tout le Canada. Nous avons une filiale de production qui nous appartient en propre

et dont le chiffre d'affaires est considérable, et nous exploitons un réseau de 450 pharmacies, constitué librement par des détaillants et portant le nom suivant: Independent Druggists' Alliance (I.D.A.).

Nous avons la profonde conviction que la mesure législative projetée nuirait sensiblement aux trois paliers de notre commerce, la fabrication, le gros et le détail, et c'est pour ce motif que nous tenons à faire connaître notre avis.

MÉMOIRE

L'article sacrifié

Nous sommes d'avis que le comité MacQuarrie a tiré ses conclusions sans s'occuper convenablement des conséquences que peut produire la mesure législative projetée. Le Comité convient des maux qui découlent de la "vente à perte": "Il s'agit, dit-il, d'une pratique monopolistique qui ne favorise pas le bien-être général . . . est incompatible avec l'intérêt public."

Le Comité est d'avis que cette pratique ne présente aucun danger immédiat, que les rabais énormes de prix sont peu probables en la présente période d'inflation et de pénurie relative. Il estime qu'on peut découvrir des méthodes efficaces et plus opportunes en vue de supprimer la pratique de "l'article sacrifié".

Nous prétendons que si le Comité n'a pas voulu formuler hâtivement des vœux au sujet de la pratique de "l'article sacrifié", les vœux qu'il a formulés à l'égard de la fixation des prix prêtent le flanc à la critique précisément parce qu'ils ont été formulés hâtivement et ne sont pas fondés sur une connaissance étendue de la question . . . ainsi, les décisions du Comité ne sont pas valides et ses vœux sont peu soutenables.

Qu'il nous soit permis d'exposer les arguments suivants:

1. La pratique de la fixation des prix est bien répandue dans le commerce des produits pharmaceutiques et dans celui des appareils électriques. Nos connaissances dans le domaine du commerce des produits pharmaceutiques nous portent à affirmer catégoriquement qu'il n'existe aucune pénurie en ce qui concerne les produits vendus à prix fixé. Les approvisionnements sont abondants pour ce qui est de presque tous les genres de produits vendus dans les pharmacies. Nous apprenons de sources dignes de foi qu'il en est de même pour les appareils électriques. Pourtant, le Comité donne à entendre que la pratique de "l'article sacrifié" serait probablement exercée à l'extrême si les marchandises étaient relativement abondantes. C'est dans ces commerces, en particulier, que la pratique de "l'article sacrifié" exerce sans doute, immédiatement une influence forte et contraire au bien-être général, advenant l'interdiction de la fixation du prix de revente.

2. L'emploi de la méthode de "l'article sacrifié", le Comité l'a reconnu, tend à créer un monopole à l'échelon du détaillant. Les gros établissements, particulièrement les grands magasins, les magasins à succursales multiples et les magasins à vente par correspondance, qui s'occupent principalement de la vente d'autres articles, font souvent des articles vendus par les détaillants spécialisés des "articles sacrifiés" pour attirer la clientèle. A ce sujet, nous tenons à vous signaler en particulier la note suivante: "LES COMMANDES PAR TÉLÉPHONE OU PAR LA POSTE NE SERONT PAS ACCEPTÉES" qu'insèrent souvent dans leurs annonces les grands exploitants. Les hommes d'affaires n'ont pas de mal à en conclure que le but de ces annonces n'est pas d'activer le plus possible la vente des produits annoncés, mais bien d'attirer une clientèle non avertie afin de lui vendre des marchandises comportant de gros bénéfices.

Sans doute, l'étalon des valeurs engendré par la fixation des prix à l'égard des produits d'appellation, expose-t-il les commerçants spécialisés à devenir les victimes de ceux qui jonglent avec les prix.

A ce sujet, nous tenons à vous signaler les pages 5 et 6 de l'appendice où sont exposés les faits concernant un cas de rabais de prix aux États-Unis, faits révélés par une enquête. Il a été démontré que dans deux marchés voisins, l'un situé dans le Kansas où l'équité commerciale était et est encore imposée par la loi, et l'autre dans le Missouri, État où l'équité commerciale n'est pas imposée, bien que les jongleries avec les prix fussent employées couramment dans ce dernier État en 1948, "le marché à concurrence acharnée du Missouri utilisait moins de 2 p. 100 de ses produits pharmaceutiques à titre d'articles sacrifiés . . . et le consommateur du Missouri, qui ne bénéficiait pas de l'équité commerciale, payait 2½ p. 100 de plus pour ses produits pharmaceutiques que le consommateur du Kansas, qui bénéficiait lui de l'équité commerciale".

Nous tenons aussi à signaler les observations que renferme le dernier paragraphe de la page 6 de l'appendice: "Il semble que les seuls qui tirent profit de l'absence de lois d'équité commerciale dans le Missouri, soient les journaux des grandes villes qui publient des pages et des pages d'annonces de prix de rabais en gros caractères gras". Le consommateur ne bénéficie nullement de la pratique de "l'article sacrifié" et des jongleries avec les prix, à l'égard de quelques produits de marque connue!

3. On s'attend que la suppression de la fixation des prix ait peu d'effet sur le coût de la vie. Cette opinion est attribuée au premier ministre, cité par le *Globe and Mail,* du 21 octobre 1951. Il semble cependant qu'il faille attribuer cette mesure législative aux protestations qui s'élèvent de toutes parts contre la hausse rapide du coût de la vie. Des députés, comme en fait foi le hansard, ont mentionné à la Chambre les écarts importants entre les prix aux États-Unis et au Canada. Pourtant, ces écarts sont attribuables dans une large mesure au programme financier du Gouvernement, aux termes duquel une taxe d'accise de 25 p. 100 et une taxe de vente de 10 p. 100 sont maintenant imposées au Canada à l'égard de plusieurs articles mentionnés dans les comparaisons. Des taxes supplémentaires imposées à l'égard d'articles presque indispensables ont accentué la chose: on sait, par exemple, que le prix de détail d'une boîte de cigarettes est constitué, pour plus de la moitié, par l'impôt.

Il serait périlleux de rejeter un système en vertu duquel de vastes secteurs de notre commerce de la vente au détail ont joui d'une prospérité raisonnable pendant plusieurs années, dans le vague espoir de provoquer ainsi une baisse générale des prix.

4. Le vœu formulé par le Comité MacQuarrie donne à entendre que les effets indésirables de la pratique de "l'article sacrifié" ne doivent pas nécessairement causer des inquiétudes immédiates au cours de ce que le Comité appelle "cette période d'inflation et de rareté relative". Nous affirmons que toute mesure législative de ce genre devrait pouvoir subir l'épreuve du temps et qu'elle servira l'intérêt public non seulement aujourd'hui mais plus tard. Toutefois, le Comité conclut qu'en période de prix stables ou décroissants ou en période d'abondance, la pratique de "l'article sacrifié" aurait, dans bien des domaines, de graves conséquences.

Le Comité MacQuarrie n'affirme pas que la fixation des prix a compté pour beaucoup dans le renchérissement de la vie (au contraire, les preuves abondent que cette pratique tendait à stabiliser les prix). Cependant, il recommande d'interdire cette pratique, tout en donnant un avertissement au sujet des mauvais effets que pourrait avoir avoir un tel geste à une époque qui n'est peut-être pas éloignée.

5. Le Comité MacQuarrie ne propose pas de solution précise au problème que pose "l'article sacrifié". Il donne à entendre qu'une étude plus minutieuse de la question fournira la solution nécessaire. Nous affirmons qu'on ne devrait pas rejeter un système raisonnablement équitable avant d'avoir trouvé un système meilleur, ne comportant pas de faiblesses imprévues. L'expérience que nous avons acquise au cours de plusieurs années, pour ce qui est des jongleries avec les prix des produits pharmaceutiques, ainsi qu'au cours de la récente et longue période de temps pendant laquelle la fixation des prix s'est généralisée, nous porte à affirmer catégoriquement qu'il est impossible de résoudre équitablement le problème que pose "l'article sacrifié" sans recourir à la fixation des prix. De l'aveu même de ses adversaires, la fixation des prix a certes restreint la pratique de "l'article sacrifié" sans entraîner beaucoup d'effets sur les prix.

6. Un régime de prix maximums ne comportant pas des prix minimums fixés incite fortement le fabricant, à l'encontre du régime de la fixation des prix, à établir ses prix marqués à un niveau anormalement élevé, afin de s'assurer l'appui des détaillants pour activer la vente de ses produits à prix fixé au détriment des articles de concurrence à prix libre. On pourrait ainsi activer la vente de produits non annoncés, à des bénéfices exhorbitants, tandis que la vente des marques bien connues deviendrait limitée et que les consommateurs auraient du mal à se procurer ces produits désirés.

La fixation des prix et le consommateur.

Vous connaissez sans doute les arguments fondamentaux évoqués dans le rapport du Comité MacQuarrie et sans doute dans les autres mémoires présentés au Comité, en vue de démontrer que la fixation des prix favorise le consommateur.

Nous tenons à vous signaler particulièrement les quelques points suivants:

L'uniformisation des prix d'un bout à l'autre du pays est attribuable dans une large mesure à la fixation des prix. Aujourd'hui, le consommateur, qu'il habite Niagara-Falls, Toronto, Vancouver, Halifax, Kapuskasing ou Bancroft, paie le même prix pour un produit à prix fixé fabriqué, mettons, à Niagara-Falls. Partout au pays, la fixation des prix a nivelé les prix versés par le consommateur, dans une large mesure, parce que le fabricant peut annoncer ses produits à prix fixés dans les publications nationales qui atteignent toutes les collectivités. Nous croyons donc que la fixation des prix a eu un effet marqué sur la péréquation des prix de transport. Il est certain, par exemple, qu'avant la fixation des prix, plusieurs produits pharmaceutiques fabriqués au Canada central se vendaient plus cher dans l'Ouest.

Dans le domaine des produits pharmaceutiques, les prix minimums fixés pour la revente sont devenus les prix courants des divers produits. Avant que les prix de revente minimums devinssent courants, plusieurs prix étaient réduits en dessous des prix marqués du fabricant. D'autre part, les mêmes produits comportaient des majorations beaucoup plus fortes aux endroits où la concurrence n'était pas âpre. Par exemple, un produit pharmaceutique bien connu se vendait à un prix aussi bas que 53c.,—soit environ 30c. en dessous du prix marqué du grossiste,—lorsqu'il servait "d'article sacrifié". Il se vendait d'ordinaire de 89c. à 98c. En certains endroits, on le vendait $1.25 et dans l'Ontario septentrional, son prix atteignait même $1.60. Lorsque son prix a été fixé à 98c., ce prix a été adopté généralement dans toutes les régions du pays comme prix de revente reconnu.

2. Sous un régime qui rendrait illégale la fixation des prix, on pourrait s'attendre que beaucoup de fabricants désireux d'exercer un contrôle sur leurs produits éviteraient de vendre au grossiste pour vendre directement aux détaillants avec lesquels ils s'aboucheraient et sur lesquels ils pourraient

compter pour respecter "officieusement" leurs prix. Cela signifierait inévitablement que plusieurs détaillants dans les régions éloignées qui ne sont pas visitées ordinairement par les vendeurs du fabricant ne seraient pas en mesure de vendre à leurs clients les produits de ce fabricant. En ce qui concerne le commerce des produits pharmaceutiques, cela pourrait entraîner une grave diminution du rendement du service de l'hygiène qu'assure le pharmacien dans les localités isolées ou de faible importance.

3. Le Canada est un pays qui progresse rapidement. Une bonne partie de son expansion se produit dans la périphérie des grandes villes. Il serait avantageux qu'il surgisse dans les banlieues qui se peuplent rapidement de bons quartiers d'affaires. S'ils ne sont pas assurés de réaliser des bénéfices raisonnables pour leurs services, le pharmacien, le quincailler, le marchand d'appareils électriques, le mercier et les autres commerçants ne seront pas désireux de s'établir dans ces nouveaux quartiers. Si les gros commerçants, établis soit au centre des régions urbaines, soit dans les banlieues bien organisées et disposant de puissants moyens financiers, ont la liberté de jongler avec les prix en vue de nuire au progrès de ces détaillants nouvellement établis en les empêchant de réaliser des bénéfices pour les forcer de quitter ces quartiers ou les empêcher de s'y établir, le commerce de la vente au détail ne s'y développera pas normalement et sainement et les populations croissantes seront privées, en conséquence, de services locaux.

4. Des groupements de consommateurs ont réclamé à cors et à cris l'adoption du projet de loi. Pourtant, la plupart des consommateurs admettent sans hésiter que le détaillant doit réaliser des bénéfices. Les consommateurs croient erronément que les frais généraux des gros commerçants sont considérablement inférieurs aux frais généraux des petits détaillants. Le mémoire présenté par la Canadian Pharmaceutical Association renferme des preuves suffisantes pour établir que cette assertion est mal fondée. Les consommateurs, séduits par les annonces aux titres ronflants, croient que les gros commerçants vendent tous leurs produits à bas prix, bien que le nombre des articles qui comportent des prix d'aubaine ne représentent qu'une fraction infime de l'ensemble des produits de l'exploitant. Ainsi qu'il est signalé dans l'étude dont il est question dans l'appendice (page 6) "grâce à 2 p. 100 de leurs produits pharmaceutiques, ils (ceux qui jonglent avec les prix) réussissent à convaincre un public crédule qu'il achète les autres produits, soit 98 p. 100, à des prix diminués considérablement".

Afin de développer ce point, nous citons ci-dessous une déclaration formulée par M. Irving A. Kathman, vice-président chargé de la vente, Eversharp Corporation (États-Unis) au cours d'une allocution prononcée devant les membres du Los Angeles Advertising Club, le 17 juillet 1951:

Macy's a maintenant baissé les prix de plus de 6,000 articles assujétis à l'équité commericale. Cela semble considérable? Examinons la situation dans sa véritable perspective. Les articles à marque de fabrique connue assujétis à l'équité commerciale constituent dans les rayons des détaillants environ 5 p. 100 de l'ensemble des marchandises vendues au public. En réalité, seulement 5 p. 100 environ des produits à marque de fabrique connue vendus par les grands magasins sont assujétis à l'équité commerciale. La société Macy's elle-même l'a admis dans une annonce publiée le 29 mai 1950 où il était dit que moins d'un dixième des articles qu'elle vendait étaient assujétis à la fixation des prix. Ce 10 p. 100 comprend environ 5 p. 100 de produits à prix suggéré (ce qui est une autre paire de manches) et 5 p. 100 d'articles assujétis à l'équité commerciale. Ainsi toute la publicité faite par Macy's ne concerne que 5 p. 100 de ses marchandises en magasin! Et les autres 95 p. 100, soit presque 250,000 articles?

Comme Shakespeare disait: "Voilà le hic!" Voici comment on procède. Les détaillants monopolisateurs qui cherchent à dominer leur région commerciale comptent sur l'achat et la vente en masse. Leur arme la plus puissante es la duperie. Ils utilisent des marchandises d'appelation réputées provenant de fabricants renommés comme appât pour attirer la clientèle vers leur magasin. Lorsque les consommateurs achètent des articles faisant l'objet d'une guerre de prix, ils sont portés à acheter une variété d'articles. Autrement dit, ils commencent par acheter un article bien connu, assujéti à l'équité commerciale, et ils finissent par rapporter chez eux une douzaine de prétendues aubaines non annoncées. Pour le magasin, cela fait plus que compenser la perte subie à l'égard des articles à marque de fabrique connue car les autres marchandises n'ont pas de marque de fabrique, elles ne sont pas annoncées et elles comportent des profits énormes. Lorsque l'équité commerciale est rejetée, on peut être sûr que c'est le consommateur qui paie et qui en subit les conséquences.

La fixation des prix, du moins dans certains commerces, empêche les tendances monopolisatrices de ce genre d'exploitant d'avoir libre cours . . . et le public est ainsi protégé.

5. La saine expansion de tout commerce repose en partie sur la loyauté du client. Nous croyons que le client loyal ne devrait pas être pénalisé . . . mais il le sera, si on rend illégale la fixation des prix. Si la ménagère compte sur son fournisseur ordinaire pour l'achat de tous les articles dont elle a besoin et qu'il vend, si elle ne va pas d'un magasin à l'autre pour économiser quelques sous par-ci par-là,—elle est pénalisée car, les prix étant tout à fait libres, aucun détaillant ne saurait faire face à la concurrence à l'égard de tous les articles. Le client fidèle y perd en achetant toujours du même marchand!

6. La fixation des prix protège fort bien le consommateur contre l'établissement de prix trop élevés attribuables à la concurrence sur le marché. Le consommateur n'est pas contraint d'acheter un produit particulier si le prix en est trop élevé et la plupart des produits à prix fixés au Canada sont ceux qui subissent une âpre concurrence de la part d'autres produits et dont le fabricant doit s'efforcer le plus possible de maintenir le prix à un bas niveau.

7. Parmi les consommateurs, il s'en trouve un grand nombre qui sont eux-mêmes employés dans le commerce de la fabrication et de la vente. La sécurité de leurs emplois ou de leurs salaires serait menacée si le commerce de la vente au détail était lancé dans la confusion des rabais de prix généralisés car les effets de ces rabais de prix sans ordre au niveau du détaillant ne tarderaient pas à se faire sentir dans tout le commerce de la fabrication et de la vente.

La fixation des prix et le détaillant

Nous exposons ici d'autres arguments, considérant le problème du point de vue du détaillant et du fournisseur:

1. L'élimination de la fixation des prix porte préjudice au petit détaillant qui ne peut écouler ses produits de façon vendable. Il lui manque donc des produits qui comportent une majoration assurée tout en faisant l'objet d'une concurrence, tandis que les gros détaillants qui peuvent vendre leurs propres produits peuvent aussi établir leurs propres prix comportant la marge de bénéfices qu'ils désirent. Ils peuvent rendre nulle la marge de bénéfices du petit détaillans, à l'égard des produits à marque de fabrique comme vendus par les deux, tout en conservant leur marge de bénéfices générale grâce à leurs propres produits à marque connue.

2. Les rabais de prix découragent les achats dans les petites villes. Attirés par les annonces des marchands urbains qui jonglent avec les prix, les consommateurs se pressent vers ces débouchés, ce qui nuit aux marchands locaux,

quels que soient leur efficacité et leur programme en matière de prix. Cela tend à diminuer la qualité du service de la vente au détail dans les petits centres.

3. Les exemples notoires de marchandises non identifiables offertes en vente à des prix majorés à l'excès abondent lorsque les rabais de prix se pratiquent couramment. Veuillez prendre note des cas révélés par l'enquête dont il est question à la page 2 de l'appendice.

4. Les économies sont possibles dans l'exploitation d'un commerce de vente au détail, lorsque le détaillant sait qu'il peut collaborer avec le fabricant de marchandises à marque connue. Lorsqu'il y a collaboration au lieu d'opposition, tous les intéressés,—le fabricant, le détaillant et le consommateur,—y gagnent à la longue. Mais la collaboration n'est possible que lorsque le marchand est suffisamment récompensé pour ses services.

Quand le détaillant est assuré d'un bénéfice de tant, il peut acheter avec plus de confiance les marchandises demandées dans sa collectivité. Il n'a pas besoin d'acheter au fur et à mesure, ce qui est coûteux, de crainte de voir ses marchandises rester en magasin ou d'être contraint d'en réduire le prix.

5. Dans le commerce des produits pharmaceutiques du moins, où la fixation des prix est si générale, bien que les conditions aient été bonnes ces dernières années, des études indiquent que la fixation des prix n'a pas fait réaliser au détaillant des bénéfices exhorbitants. L'enquête Lilly menée au sujet des pharmacies canadiennes et américainnes en 1950 a révélé qu'on a réalisé un bénéfice net moyen de 5·6 p. 100. Cela représente une baisse par rapport aux années précédentes en dépit de la hausse des prix. Bien qu'on ne possède pas de chiffres exclusivement canadiens à l'égard du commerce des produits pharmaceutiques, on estime que les bénéfices nets exprimés en pourcentages sont conformes aux chiffres révélés par l'enquête.

Le *Telegram* de Toronto rapportait, le 20 novembre 1951, qu'une étude faite par le Bureau fédéral de la statistique au sujet de 10,000 magasins de détail indépendants dans 20 catégories de commerce, révèle que la plupart des magasins ont réalisé moins de bénéfices l'an dernier qu'en 1948. Cette étude montre que les marges de bénéfices bruts ont augmenté quelque peu. Étant donné que les dépenses ont été un peu plus élevées en moyenne (parmi 20 commerces, 4 ont accusé une diminution de 0·1 p. 100 et 16 ont accusé des augmentations entre 0·1 p. 100 et 3·7 p. 100), il est évident que les marges de bénéfices bruts ont augmenté encore moins en moyenne, car l'étude révèle que les bénéfices nets ont diminué dans 18 commerces sur 20. Il devient évident que, si la fixation des prix s'est généralisée davantage ces dernières années, comme on le prétend, elle ne tend pas a accroître les bénéfices du détaillant au détriment du consommateur.

6. La fixation des prix favorise la stabilité du commerce de la vente au détail, ce qui est un élément d'importance vitale dans l'économie de notre pays. Devant faire face à la concurrence de bien d'autres établissements qui vendent des produits en somme semblables, même l'exploitant efficace a besoin de la garantie qu'assure la fixation des prix en vue d'organiser son commerce de façon à réaliser des bénéfices. Autrement, la concurrence faite en vue de faire face à des prix changeants afin de conserver le chiffre d'affaires et le besoin d'avoir des marges de bénéfices suffisantes contribuent tous deux à l'adoption de méthodes empiriques qui rendent extrêmement difficile la prévision d'un chiffre d'affaires ou d'un bénéfice net qui assurent des recettes prévisibles,—et on ne peut plus se servir des résultats des affaires d'une année comme guide pour prévoir le chiffre d'affaires de l'année suivante. De même, les résultats obtenus par un détaillant ne sont plus un guide sûr des affaires de tout autre détaillant.

Étant donné que la plupart de ses frais généraux sont fixes ou qu'ils augmentent, le détaillant qui a de la difficulté à réaliser des bénéfices à cause de cette concurrence, doit réduire le montant qu'il verse sous forme de salaires en réduisant soit le personnel, soit les salaires, soit encore les sommes qu'il prend pour son propre usage.

Conclusions

On n'a pas avancé d'arguments convaincants pour montrer que la fixation des prix en notre pays (ou l'équité commerciale aux États-Unis) nuit au consommateur. Plusieurs arguments invoqués contre la fixation des prix indiquent que l'on confond évidemment les ententes à l'égard des prix faites entre le fabricant et les détaillants et la "fixation horizontale des prix". D'autre part, les preuves abondent pour établir qu'un tel régime est à l'avantage de ces trois groupes: le fabricant, le vendeur et le consommateur.

L'article suivant, dû à la plume de M. Robert L. Swain, rédacteur de *Drug Topics,* qui a paru dans le numéro du 19 novembre 1951 de cette revue, résume ainsi le tableau que présente le commerce équitable aux États-Unis:

> "L'équité commerciale est la seule force anti-inflationniste qui joue actuellement à l'avantage du consommateur. Le dollar consacré à l'achat de marchandises assujéties à l'équité commerciale est le seul qui possède le même pouvoir d'achat qu'il y a dix ans ou plus. L'équité commerciale a enrayé la concurrence de rapine et elle a donné lieu à un embauchage élevé dans la production et la vente des produits assujétis à l'équité commerciale. Et, pour mettre les choses plus au point, il y a lieu de signaler que la concurrence de rapine a été fortement condamnée tant par le ministère de la Justice que par la Commission fédérale du commerce.
>
> Les consommateurs acceptent et approuvent l'équité commerciale depuis longtemps et rien ne prouve que des consommateurs s'opposent validement aux lois d'équité commerciale. Ces lois sont maintenant en vigueur dans 45 États. Aucune loi d'équité commerciale n'a été abrogée, sauf en vue d'en adopter une meilleure. Les consommateurs en ont pour leur argent grâce à l'équité commerciale et ils ne l'ignorent pas.

L'équité commerciale a porté un dur coup à ceux qui jonglent avec les prix et qui récoltent de gros bénéfices par la pratique de la présentation erronée des faits et de la fraude. Les escrocs des prix offrent en vente des marchandises bien connues et identifiées à des prix alléchants à la seule fin de réaliser des bénéfices exhorbitants à l'égard d'articles moins bien connus et non identifiés.

Des preuves documentaires établissent que ceux qui jonglent avec les prix majorent les prix dans une proportion atteignant même 2,000 p. 100 pour ce qui est de la vente d'articles non identifiés. Ces ventes vicieuses constituent une fraude pour le consommateur, une fraude que l'équité commerciale rend extrêmement difficile ou impossible à commettre. Un marchand a-t-il le droit de duper ses clients simplement parce qu'il a réussi à les attirer dans son magasin? Le consommateur doit-il être une mouche simplement parce que le marchand qui jongle avec les prix est une araignée déguisée?

L'équité commerciale est l'opposé même du monopole. Aucun produit ne peut être légalement assujéti à l'équité commerciale à moins qu'il subisse la concurrence libre des autres produits de la même catégorie générale. Tant que cette concurrence sera exigée par la loi, le monopole ne pourra pas s'établir. Équité commerciale est l'antonyme de monopole.

L'équité commerciale est avantageuse pour les petits commerces. La plupart des sénateurs et des membres du Congrès se sont engagés à souscrire

au principe dont s'inspire l'équité commerciale qui fournit l'occasion de réussir à ceux qui autrement pourraient devenir les victimes des distributeurs en masse."

Si on remplace l'expression "ÉQUITÉ COMMERCIALE" par l'expression "FIXATION DES PRIX" dans le passage ci-dessus, les affimations qu'il renferme peuvent véridiquement s'appliquer à la situation qui existe au Canada.

Le rapport du Comité MacQuarrie donne à entendre que la fixation des prix combat efficacement la pratique de "l'article sacrifié". Nous affirmons que le danger que présente la vente "d'articles sacrifiés" est bien trop considérable pour qu'on puisse motiver l'adoption d'une mesure législative interdisant l'imposition légale de prix de revente minimums.

Voeu

Nous formulons le vœu sincère que, pour le plus grand bien de l'économie canadienne, la mesure législative proposée par le Comité MacQuarrie ne soit pas adoptée. Au lieu de cela, nous préconisons la revision de la loi des enquêtes sur les coalitions afin que, en vertu de ladite loi, un office soit institué et doté de vastes pouvoirs pour étudier les plaintes selon lesquelles la fixation des prix de revente, en certains cas, porterait atteinte à l'intérêt public; ledit office devant comprendre des représentants des consommateurs, des fabricants, des grossistes, des détaillants et du Gouvernement; et si ledit office établit que la fixation des prix de revente est contraire à l'intérêt public, nous préconisons que l'office ait le pouvoir d'avoir recours à des sanctions et d'exiger que ces ententes relatives à la fixation des prix soient modifiées de façon à supprimer toute infraction.

Respectueusement soumis,

DRUG TRADING COMPANY LIMITED

par:

Le président,
J. C. GOULD

L'administrateur directeur,
R. CARY

THE KANSAS PHARMACEUTICAL ASSOCIATION

Tél.: 2-2717

824, avenue Kansas,
Topeka, Kansas,

Le 6 novembre 1951

M. Reg. Cary, administrateur directeur,
Drug Trading Company Limited,
Angle des rues King et Ontario,
Toronto 2, Canada.
Cher monsieur Cary,

Il est intéressant de constater que le gouvernement canadien se propose d'adopter une loi "de prix de revente minimums".

Vous savez sans doute que le Kansas est l'État voisin du Missouri; c'est un État qui a adopté une loi d'équité commerciale et qui lutte contre les prix de rabais d'un autre État qui n'a pas adopté une telle loi. Cela nous a causé beaucoup d'ennuis sous forme de projets de lois d'abrogation présentés au corps législatif du Kansas,—des attaques lancées contre le commerce équitable.

Le Kansas compte un nombre assez considérable de pharmacies Crown Drug, grand établissement aux succursales répandues par tout l'Ouest central. Le Missouri en compte également un certain nombre. Dans ces deux États se trouvent une autre série de pharmacies du Kansas et du Missouri connues sous le nom de Parkview Drug Stores. Ces deux séries de pharmacies veulent l'équité commerciale car elles ont été témoins des effets des ventes à prix de rabais dans le Missouri et ont eu à en souffrir, tout comme le public.

Je me suis adressée au siège social de chacune de ces deux séries de pharmacies en vue d'obtenir des chiffres. J'ai appris que les consommateurs du Kansas, État assujéti à l'équité commerciale, achètent leurs produits pharmaceutiques en général à des prix de 3 p. 100 inférieurs aux prix qu'on paie pour les mêmes marchandises dans l'État du Missouri, qui n'est pas assujéti à l'équité commerciale.

Vous trouverez sous ce pli un exemplaire du discours que j'ai prononcé devant les membres du Massachusetts Pharmaceutical Association peu avant que cette étude fût effectuée. C'est le seul exemplaire qu'il me reste et j'en ai besoin pour le bureau. Auriez-vous donc l'obligeance de me le renvoyer lorsque vous y aurez puisé les renseignements dont vous avez besoin?

Si nous pouvons vous être utiles d'autre manière, veuillez nous le faire savoir.

Cordialement à vous,

CLARA MILLER

MEMBRES DU BUREAU

M. Norman McCullough, Kingman, président
M. Robert Lowis, Colby, futur président
M. Carl Elkins, Topeka, 1er vice-président
M. Guy Minor, Ulysses, 2e vice-président
Mme Clara Miller, Topeka, secrétaire
M. John Schrepel, Pratt, trésorier
M. le doyen J. Allen Reese, Lawrence, bibliothécaire

L'ÉQUITÉ COMMERCIALE

Mme Clara Miller—Congrès du Massachusetts Pharmaceutical Association, Swampscott, le 14 juin 1948.

L'équité commerciale est à l'épreuve et nous, du commerce des produits pharmaceutiques, n'avons pas le moyen de la défendre.

Il nous faut des faits,—il nous faut savoir la raison d'être de l'équité commerciale et le rôle qu'elle jouera dans notre avenir.

Beaucoup de nos jeunes pharmaciens ignorent tout de l'âpre concurrence qui existait avant l'adoption des lois d'équité commerciale. Les vendeurs dans nos magasins ne se rendent pas compte que les bonnes conditions des affaires dont nous jouissons présentement (emplois, salaires convenables, heures de travail plus courtes) sont attribuables dans une large mesure au commerce équitable.

Notre plus grand danger provient de notre répugnance à nous préparer à expliquer intelligemment au public en quoi consiste l'équité commerciale. Nous conserverons nos lois d'équité commerciale seulement si nous pouvons prouver, lorsqu'on nous mettra au défi de le faire, que l'équité commerciale agit dans l'intérêt public. Le commerce équitable constitue notre plus grand problème de relations extérieures. Dans le peu de temps qui nous est accordé aujourd'hui, étudions un peu en quoi consiste le commerce équitable. Quels étaient ses buts primitifs et quelles sont ses réalisations jusqu'aujourd'hui?

L'équité commerciale fait l'objet d'une loi qui protège l'honnêteté et la convenance dans les affaires. Comme toutes les bonnes lois, elle protège toutes les personnes en cause,—Dans le cas qui nous occupe: le fabricant, le détaillant et le consommateur.

A strictement parler, la loi d'équité commerciale se borne à autoriser le fabricant à protéger le nom de son produit,—son placement,—à empêcher que sa bonne réputation ne soit compromise ou détruite. Ce n'est pas une loi obligatoire. Elle est facultative. Un fabricant peut fixer un prix minimum à l'égard de son produit, mais il n'y est pas tenu. Pour expliquer cela au public, nous pourrions employer à titre d'exemple le Sarsaparilla qui, avant l'adoption des lois d'équité commerciale, a tellement servi de "ballon" qu'il a fini par disparaître; c'était un article d'une valeur d'un dollar qu'on vendait aux prix "sacrifiés" de 39c., 49c. et 59c. Nous nous rappelons tous ce qui est arrivé à la pâte dentifrice Pepsodent sur le littoral de l'Ouest; on s'en est servi à titre d'article sacrifié jusqu'à ce que le détaillant la méprisât et que le public confus devint méfiant à son égard. Les ventes de ce produit diminuèrent jusqu'à ce que le propriétaire de la société l'assujétît à l'équité commerciale. La même chose s'est produite dans les États de la Prairie au sujet des pilules Carter pour le foie. Ceux qui baissaient les prix se servaient des pilules Carter à titre d'appât, les vendant 5c., 7c. et 9c. Le public a fini par les prendre pour des articles de peu de valeur et les détaillants, subissant continuellement des pertes, les ont abandonnées. L'équité commerciale a été instituée en vue de mettre fin à cette orgie de réductions dans le commerce de la vente au détail,—pour faire empêcher que la bonne réputation des articles d'appellation ne soit compromise ou détruite. Ainsi que le signale M. Allen Newcomb, "lorsqu'un détaillant vend une marchandise portant le nom d'un autre homme, il vend deux choses: la marchandise et le nom de l'autre homme".

L'équité commerciale ne fait qu'étendre la protection assurée par nos lois sur les brevets et marques de fabrique au fabricant par l'entremise de ses débouchés.

En second lieu l'équité commerciale protège le détaillant. L'équité commerciale empêche le détaillant indélicat d'employer des méthodes qui détruiraient la concurrence. Le tribunal de Cambridge (Massachusetts) a bien exposé la chose dans le jugement qu'il a rendu dernièrement en maintenant la loi du Massachusetts relative aux prix minimums à l'égard des exploitants de taxis. Je cite: "L'interdiction des prix de concurrence acharnée assure que le commerce ne sera pas monopolisé par quelques entreprises et rend les affaires suffisamment lucratives pour attirer un nombre suffisant de taxis bien entretenus et conduits en toute sécurité."

On trouve sur notre marché du Missouri non assujéti à l'équité commerciale des exemples de fausses déclarations dans le domaine des produits pharmaceutiques,—l'une de ces fausses déclarations a été insérée dans une annonce publiée par la société Katz: "Grande vente spéciale de bouillottes d'une valeur de $2.98. Une seule bouillotte par client. Prix de vente: $1.29". Cette même bouillotte se vendait dans les pharmacies du Kansas au prix régulier de $1. La bouillotte ne valait pas $2.98, ni même $1.29; ce n'était qu'une fausse déclaration.

On a offert aussi en vente spéciale au prix de 19c. un certain vase qui, selon l'annonce, constituait la meilleure aubaine de la ville. Les pharmaciens indépendants vendaient le même vase au prix de 15c.

Dans une annonce publiée dernièrement par Katz, on offrait en vente le castoria Fletcher au prix de 26c. A une de mes amies désireuse de s'en procurer une bouteille, le commis a demandé: "Est-ce pour un bébé?" Elle a répondu oui. Après avoir enveloppé la bouteille, le commis lui a dit: "C'est 36c.". De fait, la même annonce renfermait à un endroit peu en évidence les mots "Castoria Fletcher pour bébés, 36c.",—c'était une annonce trompeuse.

On a dit de l'équité commerciale qu'elle assure des bénéfices au "détaillant paresseux et inefficace". M. Webb de Floride, dit: ne l'oubliez pas. Les marges de bénéfices indiquées dans notre nouveau livre des prix d'équité commerciale du Kansas visant 728 sociétés et 15,000 articles, sont la preuve que l'équité commerciale n'assure pas des bénéfices injustes au détaillant. Le commerce équitable ne fait que protéger le détaillant contre les pertes réelles dans l'établissement des prix de ses marchandises. Si les détaillants et les grossistes comptent que les lois d'équité commerciale leur assureront une certaine marge de bénéfices, ils interprètent mal la loi.

Le troisième intéressé, qui est très important et que l'équité commerciale protège, c'est le consommateur. Qu'est-ce que l'équité commerciale fait pour le consommateur? Nous devons connaître la réponse à cette question car pour assurer l'avenir de l'équité commerciale nous devons prouver qu'elle est à l'avantage du public.

Les États de la Prairie comptent deux grands États, le Missouri et le Texas, où il n'y a pas de loi d'équité commerciale. Ces deux beaux grands États possèdent de vastes ressources agricoles, naturelles et industrielles. En 1937, lorsque les dirigeants du commerce des produits pharmaceutiques des États vigilants ont commencé à s'inquiéter au sujet du grand nombre de magasins de détail qui fermaient leurs portes et à s'unir pour prendre des mesures à ce sujet, les pharmaciens du Missouri et du Texas se retranchaient dans une politique d'isolement. Ils n'étaient pas organisés, ils disposaient de peu de fonds et apparemment ils n'avaient pas de dirigeants. Ils affichaient une indifférence incroyable au sujet des événements qui se déroulaient autour d'eux. Nombre d'États ont adopté des lois d'équité commerciale et des États plus forts, comme le Massachusetts, ont logiquement par la suite adopté des lois sur les pratiques injustes.

Vers 1941, les pharmaciens du Missouri et du Texas ont sorti de leur torpeur. Après s'être ralliés, ils ont demandé aux Assemblées législatives de les protéger au moyen d'une loi d'équité commerciale, mais il était trop tard. Les grands magasins à succursales multiples, les grands magasins de provisions,—les épiceries, les grands magasins, les pharmacies et les syndicats,—s'étaient approprié le commerce des produits pharmaceutiques. Les associations de fabricants de produits pharmaceutiques, appuyées par des groupements de détaillants, ont lutté en vain pour faire adopter des lois d'équité commerciale. Ils ont réussi à maintenir les projets de loi en comité durant plusieurs années. Le coup de grâce a été donné en 1947 alors que les corps législatifs du Missouri et du Texas ont tous deux rejeté d'emblée les lois d'équité commerciale. Les petits commerces du Missouri et du Texas sont en train de disparaître rapidement. Les pharmacies organisées ont épuisé leurs ressources. Elles n'ont plus le courage de rentrer dans la mêlée.

Pour ceux qui luttent contre l'équité commerciale au Missouri et au Texas, la porte n'est plus entr'ouverte; elle est ouverte toute grande. Tous les diables semblent être déchaînés. Les guerres de prix font rage dans ces États.

Les journaux des grandes villes du Missouri inondent le Kansas deux fois par jour de leurs annonces de prix de rabais publiées par les énormes magasins de provisions. Voici, par exemple, ce qu'on annonce au public du Kansas. Les prix suivants sont tirés de l'annonce de fin-de-semaine publiée par Katz le 4 juin: Lait de magnésie Phillips, 21c. au Missouri et 49c. au Kansas, à cause de l'équité commerciale; Zonite, 59c. au Missouri et 79c. au Kansas, à cause de l'équité commerciale: Murine, 34c. au Missouri et 49c. au Kansas; Bromo-Seltzer, 39c. au Missouri et 57c. au Kansas; Anacin, 89c. au Missouri et 98c. au Kansas; Bisodol, 49c. au Missouri et 59c. au Kansas; Castoria

Fletcher, 26c. au Missouri et 36c. au Kansas; Noxzema, 37c. au Missouri et 49c. au Kansas. Il ne faut pas oublier que les rabais de prix ont recommencé au Missouri il y a environ trois mois. Cela augmente en violence toutes les semaines. Ainsi, il résulte de tout cela que les ménagères, les anciens combattants et les organismes de consommateurs bien intentionnés du Kansas font entendre leurs voix pour demander l'abrogation de ce qui leur paraît être une loi injuste.

Nous avons au Kansas un Conseil législatif qui, toute l'année, étudie les projets de loi qui atteignent le public. Ce Conseil dirige les travaux de recherche de son corps supérieur, l'Assemblée législative du Kansas, qui se réunira en janvier prochain. On a demandé à ce Conseil législatif d'étudier la loi d'équité commerciale du Kansas dans ses rapports avec le public. A son tour, le Conseil a demandé à la Kansas Pharmaceutical Association de lui fournir des faits, des preuves pour établir que le consommateur du Kansas ne paie pas plus cher, sous le régime de l'équité commerciale, pour ses produits pharmaceutiques que le consommateur de l'État voisin, le Missouri, où l'équité commerciale n'existe pas.

Vous n'ignorez certes pas que tous les faits sur lesquels on pourrait fonder ces preuves, sont insuffisants. Nous ne diposons que de l'étude faite par M. Nourse, du Minnesota University School of Business, en 1940, étude qui a montré que le consommateur payait 1 p. 100 de moins pour les produits pharmaceutiques après l'adoption de la loi d'équité commerciale qu'avant l'adoption de cette loi. Les chiffres recueillis dans le Minnesota en 1940, sont insuffisants. L'Assemblée législative du Kansas subit l'assaut des ménagères et des anciens combattants en colère qui sont armés des journaux de 1948 qui leur racontent, à eux du moins, une tout autre histoire. Nous, pharmaciens du Kansas, savons pertinemment, d'après des cas comme celui des bouillottes, des vases et d'autres produits,—particulièrement d'après le prix extrêmement élevé des ordonnances dans le Missouri,—qu'en général le consommateur du Kansas paie moins cher sous le régime de l'équité commerciale, pour ses produits pharmaceutiques, que le consommateur du Missouri où il n'existe pas de loi d'équité commerciale. Pour nous, il s'agissait de produire des preuves.

Dans les États de l'Ouest central, nous avons deux importantes séries de pharmacies, l'une comprenant 83 pharmacies situées un peu partout dans le Missouri, le Kansas et l'Oklahoma et l'autre, 22 pharmacies situées dans le Missouri et le Kansas. Ces deux séries agressives étaient en exploitation lorsque la loi d'équité commerciale a été adoptée. Elles ont bien connu les rabais de prix acharnés de la période avant l'adoption de la loi d'équité commerciale. Elles ont connu toute l'histoire de la vente au détail dans les États d'équité commerciale d'Oklahoma et du Kansas comparativement à la vente au détail dans le Missouri où l'équité commerciale n'existe pas. Elles possédaient les preuves dont nous avions besoin pour notre Conseil législatif. Pourrions-nous les obtenir?

La semaine dernière, j'ai moi-même passé deux jours aux bureaux centraux de ces deux puissantes séries de pharmacies, à Kansas-City, afin d'étudier leurs débouchés individuels. Je n'ai pas eu de difficulté à convaincre les propriétaires qu'ils avaient avantage à me laisser consulter leurs livres et à me permettre de présenter les chiffres de leurs bénéfices bruts au Conseil législatif du Kansas. Les lois d'équité commerciale plaisent à ces grands exploitants. C'est avec fierté qu'ils m'ont appris que leurs pharmacies du Kansas et d'Oklahoma, États assujétis à l'équité commerciale, réalisaient plus de bénéfices que leurs autres pharmacies situées dans l'État du Missouri, qui n'est pas assujéti à l'équité commerciale et où la concurrence est acharnée. Ils en ont assez de cette concurrence à outrance.

Mes chers amis, ces chiffres succincts sont de nature assez confidentielle. On me les a fournis aux fins du Conseil législatif du Kansas. Nous les faisons connaître aux pharmaciens du Massachusetts pour qu'ils s'en servent lorsqu'ils prendront contact avec les législateurs et le public. Nous ne sommes pas autorisés à les rendre publics. Veuillez ne rendre publique aucune partie de mon discours avant de vous être entendus au préalable avec M. Martin Adamo ou M. Sam Silverman. Il se peut que la Commission du programme en matière d'équité commerciale et de l'organisation du N.A.R.D. fasse effectuer une plus vaste étude afin de documenter tous les États où existent des mouvements en vue de l'abrogation des lois d'équité commerciale.

Voici ce qui est arrivé. Nous avons éliminé les bars à glaces et les débits de boissons alcooliques parce qu'il n'y a pas de boissons alcooliques dans le Kansas et l'Oklahoma et que les pharmacies du Kansas ne vendent que peu d'aliments. D'ailleurs, l'équité commerciale n'atteint pas les bars à glaces.

Les bénéfices bruts réalisés par ces deux entreprises à succursales,—comparaison étant faite entre les magasins de l'Oklahoma et du Kansas, soumis à la législation sur la concurrence loyale, et les magasins du Missouri, qui n'y sont pas assujétis,—révèlent sans le moindre doute que le loyal commerce est à l'avantage du public.

Le consommateur du Missouri, où les accords sur la concurrence loyale ne sont pas obligatoires, paye les produits achetés dans les pharmacies 2½ p. 100 plus cher qu'au Kansas et 3 p. 100 plus cher qu'en Oklahoma, deux États à législation sur la concurrence loyale.

La statistique révèle que les pharmaciens du Missouri qui se livrent une concurrence acharnée offrent comme articles sacrifiés moins de 2 p. 100 des produits qu'ils vendent. Qu'on y songe, par la vente de 2 p. 100 de leur marchandise, ces gens persuadent un public crédule qu'il bénéficie de rabais marqué dans le cas des 98 p. 100 qui restent!

Fait intéressant, ce groupe d'articles "sacrifiés", qui ne forme que 2 p. 100 de l'ensemble et qui dans la comptabilité est inscrit sous la rubrique "publicité", a donné lieu, l'an dernier, à des bénéfices bruts de 4 p. 100.

On constate que, dans le Missouri, le bénéfice brut réalisé à l'égard des ordonnances varie de 65 à 70 p. 100, alors que le chiffre n'est que de 45 à 50 dans le cas du Kansas.

Dans les rayons d'articles divers, on a délibérement mêlé de la marchandise de valeur inférieure à des quantités relativement faibles de produits à marque de fabrique connue et de consommation courante, le prix des articles de qualité inférieure étant souvent majoré de façon excessive. C'est dans les rayons d'articles divers que s'observe surtout la diminution de la qualité. Bien entendu, les magasins regorgeaient d'articles "tout aussi bons": le vieux truc de la substitution. Toutefois, les établissements de vente au rabais, dans le Missouri, semblaient utiliser des produits de qualité pour la préparation des ordonnances et ils avaient à leur emploi des pharmaciens de la plus haute compétence.

Remarque réconfortante, l'examen du document a confirmé la déclaration antérieure des propriétaires selon laquelle les établissements qu'ils possédaient dans le Kansas et l'Oklahoma, où il existe une législation sur la concurrence loyale, rapportaient plus de bénéfices nets que leurs succursales du Missouri, où le recours aux méthodes dites du loyal commerce est interdit. L'exactitude de cette déclaration a été confirmée dans le cas de chacun des magasins. Autrement dit, sous le régime du loyal commerce, le consommateur paie moins cher les produits pharmaceutiques et le détaillant réalise des bénéfices plus élevés.

Il semble que l'inexistence de lois rendant obligatoire le loyal commerce dans le Missouri ne bénéficie qu'aux journaux des grandes villes, qui publient page sur page, en caractère gras, d'annonces de ventes au rabais. Les journaux moins importants du Missouri font à peine leurs frais.

Oui, le régime du loyal commerce est un régime sain, tant du point de vue juridique que du point de vue économique. Les tribunaux ont reconnu le bien-fondé des lois relatives au loyal commerce: nulle loi de ce genre n'a été abrogée. M. Robert Swain déclare que le loyal commerce est notre plus important atout économique et commercial. Ce régime a montré sa valeur dans la lutte contre l'inflation. Notre relevé de 1947, qui a établi que le prix des produits pharmaceutiques n'est monté que de 3·1 p. 100 alors que le prix des denrées en général a grimpé de 59 p. 100, devrait être mis en vue dans toutes les pharmacies du pays.

Le loyal commerce est l'une des plus belles réalisations de nos dirigeants dans le domaine économique et de nos sommités juridiques. Grâce au loyal commerce, l'intégrité, l'honnêteté et le sens moral règnent dans le commerce.

Le loyal commerce exige que, faisant preuve de bon sens, nous nous interrogions sur la nature des principes qu'il consacre, les résultats qu'il a obtenus et les moyens à prendre pour l'appliquer de façon efficace.

Le monde de la pharmacie répondra à cet appel au bon sens. Nous protégerons, défendrons et préserverons cette loi dont dépend notre bien-être économique.

APPENDICE C

MÉMOIRE

DE

LA CONFÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS CATHOLIQUES DU CANADA AU COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Sujet: Fixation des prix de détail

La C.T.C.C. s'est prononcée à maintes reprises au cours des dernières années en faveur d'une réglementation des prix par le gouvernement canadien. Nous pensons encore que cette mesure serait la plus efficace pour lutter contre la présente inflation. Notre position en ce domaine est relativement simple: nous prétendons qu'à l'heure actuelle nous n'avons pas à choisir entre la réglementation gouvernementale et l'absence de réglementation ou, comme on l'appelle, l'économie libre; nous avons à choisir entre la réglementation gouvernementale et les contrôles privés.

Il n'est pas nécessaire de procéder à une longue enquête pour démontrer que nous sommes soumis actuellement à un système de contrôles privés; on n'a qu'à énumérer les industries où la concurrence n'existe plus, soit à cause du petit nombre de manufacturiers, soit à cause de certaines ententes intervenues entre producteurs apparemment indépendants. Parmi celles-ci, on peut citer l'aluminium, le nickel, l'amiante, la pâte et le papier, le fer et l'acier, l'industrie de l'automobile, l'industrie chimique, l'huile, les instruments aratoires, l'industrie des fertilisants, les appareils électriques, le textile, le tabac, etc. Et nous pourrions facilement allonger cette liste, de sorte que nous sommes en mesure

d'affirmer que la concurrence et donc aussi l'entreprise libre, dans le vrai sens de cette expression, sont disparues presque entièrement de l'industrie manufacturière, pour y être remplacées par un système privé de contrôles où ceux qui exercent le pouvoir ne sont responsables à personne.

Toutefois, l'efficacité des contrôles privés qui s'exercent sur le plan de l'industrie manufacturière aurait été grandement affaiblie si les contrôles avaient été limités au domaine de la production manufacturière. En effet, à quoi sert de faire disparaître la concurrence dans ce domaine, soit par une entente entre producteurs, soit par un autre stratagème, si elle réapparaît dans le commerce de détail? Les contrôles dans l'industrie manufacturière ont fait apparaître la nécessité de contrôles dans le commerce de détail, lesquels ont été établis grâce à la pratique des prix de revente.

Cette pratique, on le sait, donne au manufacturier le pouvoir de fixer et d'imposer par des mesures coercitives un prix de revente pour ses produits. Ainsi, grâce à cette pratique, les producteurs, après avoir fait disparaître la concurrence et avoir instauré un système privé de contrôles à l'échelon de l'industrie manufacturière, sont en mesure de faire la même chose dans le commerce de gros et de détail. Ainsi, leur système de contrôle devient complet, puisqu'il se rend jusqu'au consommateur.

Il n'est pas nécessaire de réfléchir longuement pour constater qu'un système de contrôle des prix déterminé par des individus irresponsables, préoccupés uniquement de leurs intérêts personnels, est incompatible avec les exigences de l'intérêt public et du bien-être général, puisqu'il conduit nécessairement à un niveau de prix élevé, sinon à l'inflation. Or, il n'y a que deux façons d'empêcher le fonctionnement d'un système privé de contrôles: ou bien le remplacer par des régies gouvernementales ou bien le détruire en adoptant des mesures législatives efficaces contre les contrôles monopolistiques. Nous savons que le Parlement canadien est encore opposé à l'instauration des régies gouvernementales. Donc, s'il veut être logique avec lui-même et protéger les intérêts du public dans la mesure où la chose est possible à l'intérieur du système actuel, il doit adopter des mesures législatives efficaces contre les contrôles monopolistiques et, en l'occurrence, contre le maintien des prix de revente. La C.T.C.C. ne pourra pas accepter que le Parlement canadien se prononce d'une part contre les régies gouvernementales et, d'autre part, pour un système privé de contrôles, ce qui serait le cas s'il refusait de rendre illégale la pratique du maintien des prix de revente.

Sur ce plan, la C.T.C.C. accepte entièrement les recommandations du rapport MacQuarrie et désire que la législation à ce sujet soit votée dès la présente session du Parlement. La C.T.C.C. appuie également les raisons qui motivent ces recommandations. En effet, notre mouvement est d'avis que le maintien des prix de revente élimine la concurrence dans les prix de détail, favorise et rend plus efficaces les ententes entre manufacturiers, augmente les coûts de distribution en obligeant les détaillants à assurer des services que les consommateurs ne désirent pas, élève les prix et les rend plus rigides, contribuant ainsi à rendre la production instable.

Nous voulons insister particulièrement sur ce que le maintien des prix de revente oblige les détaillants à vendre tous aux mêmes prix, alors que les coûts d'exploitation varient d'un établissement à l'autre selon les endroits, les services offerts et l'importance de l'exploitation. Cet aspect du maintien des prix de revente est inacceptable parce qu'il ne tient pas compte des réalités économiques et dangereuses parce que, si on accepte cette règle à l'échelon du commerce de détail, on devra la tolérer aussi, pour être logique, lorsqu'elle sera appliquée à d'autres domaines, comme, par exemple, l'industrie manufacturière.

Cet aspect du maintien des prix de revente atteint particulièrement la classe ouvrière. Parce que leur pouvoir d'achat est peu élevé, les ouvriers cherchent à faire des économies en effectuant leurs achats. A cette fin, ils fréquentent les magasins peu luxueux dont les frais généraux sont relativement bas et ceux qui offrent le minimum de services. Toutefois, le maintien des prix de revente empêche les travailleurs de faire de telles économies, puisqu'il ne permet pas aux magasins à coûts minimes de vendre moins cher que ceux dont les coûts sont élevés. La C.T.C.C. est d'avis que si la classe riche veut fréquenter les magasins luxueux qui offrent tous les services imaginables, elle doit payer plus cher pour ses produits que la classe ouvrière, qui, elle, n'exige ni le même luxe ni les mêmes services. C'est donc dire que le maintien des prix de revente est une pratique incompatible avec les intérêts des consommateurs en général et des travailleurs en particulier.

Le principal argument qu'on a utilisé jusqu'ici pour justifier cette mesure consiste à prétendre qu'elle protège le petit détaillant indépendant. Une telle prétention est loin d'être prouvée. D'abord, il y a lieu de distinguer le cas où le manufacturier est dans une position de quasi-monopole et où il est en mesure d'imposer un prix aux détaillants et le cas où le manufacturier doit lutter contre des concurrents et où il doit plus ou moins se rendre aux pressions exercées par les détaillants, s'il veut écouler son produit.

Dans le premier cas, c'est-à-dire lorsque les détaillants sont obligés de stocker la marchandise quoi qu'il arrive, le manufacturier est en mesure d'imposer aux détaillants des marges de profits relativement basses; cette situation correspond à des conditions bien concrètes, car les détaillants s'en plaignent tous les jours. Dans ce cas, le maintien des prix de revente ne protège pas le petit détaillant, puisqu'il prétend lui-même que les marges de profits ainsi fixées ne lui permettent pas de vivre. Bien plus, avec l'application du maintien des prix de revente, le petit détaillant perd son indépendance et est dorénavant soumis au bon vouloir du manufacturier. Ainsi, dans les cas où le manufacturier est dans une position de quasi-monopole, le maintien des prix de revente ne protège pas le petit détaillant indépendant. Bien au contraire, cette pratique rend sa position plus instable et plus incertaine. Il faut noter de plus que les cas qui correspondent à cette situation sont nombreux et qu'ils augmenteront en nombre à mesure que le mouvement de concentration économique s'intensifiera dans l'industrie manufacturière.

Il reste maintenant le deuxième cas, où le manufacturier est dans une situation de concurrence, alors que les détaillants ne sont pas absolument tenus de stocker son produit. Dans ces conditions, il est vrai que les détaillants peuvent exercer des pressions auprès du manufacturier pour obtenir des marges élevées de profits qui seront protégées grâce au maintien des prix de revente.

Mais, même si les marges garanties de profits sont élevées, il ne s'ensuit pas nécessairement que le petit détaillant est ainsi protégé. Les deux arguments présentés dans le rapport MacQuarrie à ce sujet, (page 20, paragraphe 6) méritent sans aucun doute l'attention de votre Comité. D'après ce rapport, le maintien des prix de revente a pour effet de soumettre les petits détaillants à une plus âpre concurrence de la part des grands magasins dans le secteur des marchandises à prix non-maintenus et d'attirer, grâce aux marges de profits élevées qu'il garantit, un trop grand nombre de vendeurs dans le commerce de détail, ce qui a pour conséquence de diminuer le volume des ventes effectuées par chaque établissement. Nous prétendons que dans la présente discussion, on accorde une trop grande importance aux profits et aux marges de profits. Nous soutenons que la valeur des ventes résulte du prix multiplié par les quantités vendues et que le revenu du détaillant se calcule en multipliant les marges de profits par les quantités vendues. Or, dans la mesure où le maintien des prix de revente augmente les prix et assure des

marges de profits élevées, il réduit par le fait même le volume des ventes. C'est donc dire que, si on tient compte de tous les effets du maintien des prix de revente et non pas seulement de ses conséquences sur les profits et les marges de profits, on ne saurait conclure que cette pratique protège efficacement le petit détaillant. Il peut fort bien se faire cependant qu'en rendant cette pratique illégale, on force plusieurs détaillants à abandonner leur commerce. Une telle éventualité ne ferait que prouver, à notre avis, que la fixation des prix de revente maintient en affaires un trop grand nombre de détaillants et qu'elle encourage l'inefficacité.

Même si l'on suppose que le maintien des prix de revente accorde une protection efficace au petit détaillant, il n'en est pas justifié par ce seul fait. En effet, une telle supposition ne fait que poser un nouveau problème, qui consiste à se demander si la petite entreprise mérite d'être protégée même au détriment des consommateurs. Si une réponse affirmative est donnée à cette question, cela signifie que l'on favorise le maintien des prix de revente comme une forme de subvention à la petite entreprise. Mais alors, on doit se demander si le maintien des prix de revente est en l'occurrence la forme idéale de subvention propre à venir en aide à la petite entreprise et à la sauver. La C.T.C.C. n'est pas de cet avis, car nous croyons que le maintien des prix de revente protège aussi bien les petits que les gros et favorise aussi bien ceux qui n'ont pas besoin de secours que ceux qui pourraient en avoir besoin. Précisément parce qu'il constitue une subvention qui vient en aide à tous les détaillants, nous considérons qu'il s'agit là d'une forme excessive et trop onéreuse de secours qui retombe sur les épaules des consommateurs. Il existe sans aucun doute des méthodes plus directes, plus efficaces et moins coûteuses de venir en aide à la petite entreprise que le maintien des prix de revente.

Au nom de l'intérêt public, la C.T.C.C. prie donc instamment le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des Communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions de recommander au Parlement canadien de rendre illégal le maintien des prix de revente par les manufacturiers.

LA CONFÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS CATHOLIQUES DU CANADA

Québec, ce 23 novembre 1951.

APPENDICE D

LA CHAMBRE DE COMMERCE DU CANADA
Immeuble du Board of Trade, Montréal 1.

Le 16 novembre 1951.

Messieurs les présidents,
Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude
de la législation relative aux coalitions,
Chambre des communes,
Ottawa, Canada.

Messieurs,

Qu'il nous soit permis de vous remercier, au nom des directeurs de la Chambre de commerce du Canada, de l'invitation que vous lui avez faite de présenter ses voeux à votre comité.

Rappelons tout d'abord pour votre gouverne que la Chambre de commerce du Canada est la fédération nationale de 700 Boards of Trade et chambres de commerce disséminés dans les dix provinces du pays. Les Boards of Trade et

les chambres de commerce (les expressions sont synonymes) sont des associations de citoyens librement groupés en vue de travailler au progrès civique, commercial, industriel et agricole de leurs collectivités respectives. La Chambre nationale adopte ses lignes de conduite soit au moyen de la mise aux voix, quand les représentants autorisés des organismes membres sont réunis en assemblée annuelle, soit par voie de référendum au sein des organismes membres, dans l'intervalle entre les assemblées annuelles.

Le projet,—annoncé dans le discours du trône,—d'interdire aux fournisseurs de marchandises d'obliger ou d'induire les distributeurs à revendre ces marchandises à des prix de revente fixes ou minimums a été étudié par les délégués qui ont participé au 22e congrès annuel de la Chambre, tenu à Québec les 30 et 31 octobre et le 1er novembre de cette année. Il est nettement ressorti du débat,—le manque d'unanimité parmi les membres l'a bien montré,—qu'il convient d'étudier encore plus à fond un projet propre à modifier dans une telle mesure le régime de distribution en vigueur dans notre économie. Les délégués ont donc prié le conseil de la Chambre d'insister auprès du Gouvernement pour qu'il remette à plus tard l'adoption de mesures législatives sur la fixation du prix de revente, afin que des études supplémentaires établissent si cette pratique commerciale va ou non à l'encontre de l'intérêt public. Cette demande a été présentée au premier ministre et au ministre de la Justice.

Nous cherchons à nous renseigner davantage sur l'opinion de nos membres, mais nous n'aurons pas terminé ce relevé dans le délai fixé par votre comité pour la soumission des vues de la Chambre, soit le lundi 19 novembre.

Même si les membres de la Chambre n'ont approuvé aucune déclaration de principe, le Conseil estime qu'avant d'adopter une loi quelconque en ce domaine, il convient de répondre aux questions suivantes:

1. La rationalisation économique qui, dit-on, découlerait de l'interdiction de la fixation du prix de revente, réduirait-elle les prix, à la longue, et amènerait-elle une baisse du coût de la vie?
2. La fixation du prix de revente, lorsqu'on n'y recourt pas de façon concertée restreint-elle vraiment le concurrence et la liberté au sein de l'économie du pays de façon à nuire à l'intérêt public?
3. L'intérêt public exige-t-il que, par l'interdiction de la fixation du prix de revente, on refuse aux marchands le droit civil fondamental qu'ils ont de conclure des ententes avec d'autres marchands, pourvu qu'il n'y ait pas coalition?
4. C'est dans les petits ou les moyens magasins que s'effectue la plus grande partie du commerce de détail. En une période d'expansion économique comme la nôtre, alors qu'il faudra probablement augmenter le nombre d'établissements de distribution pour satisfaire à la demande, est-ce dans l'intérêt public d'interdire la fixation du prix de revente et nuire peut-être par là aux efforts des petits et des moyens détaillants pour soutenir la concurrence d'établissements de détail plus considérables, qui peuvent se contenter de marges de bénéfice moins élevés?
5. L'interdiction de la fixation du prix de revente est-elle de nature à nuire aux petits et aux moyens établissements commerciaux et, de la sorte, à favoriser l'accaparement du commerce de distribution par un nombre restreint de puissantes entreprises?
6. Quand le consommateur achète certains produits à marque de fabrique bien connue et dont le prix de revente est fixé, il est certain que ce produit répond à des normes déterminées. Il arrive souvent que ces produits soient tels que le consommateur ne puisse en déterminer lui-même la qualité au moment de l'achat. A supposer que le maintien

de telles normes de qualité devienne impossible si on interdit la fixation du prix de revente, est-il sage dans ce cas de priver le consommateur de la certitude que ces normes de qualité sont respectées?

7. On soutient que la réparation et l'entretien de certains produits de consommation exigent le recours à des spécialistes. Il se peut que de telles réparations ou qu'un tel entretien soient compris dans le prix de revente convenu. Serait-il sage de nuire à l'exécution de ces services?
8. Est-il opportun de recourir à des mesures législatives pour interdire la fixation du prix de revente, mesures qui ne sauraient que disloquer notre régime de distribution, avant que soit nettement établie la validité constitutionnelle de telles mesures (qui ont trait à des contrats de vente entre particulier)?

Le Conseil de la Chambre de commerce estime qu'il y aurait lieu d'apporter aux questions qui précèdent, de même qu'à d'autres qui s'y rattachent, des précisions que votre comité, semble-t-il, ne pourra obtenir au cours de ses séances actuelles. Nous prions donc le Comité de proposer au Parlement qu'il ne prenne aucune décision au sujet de la fixation du prix de revente durant la présente session.

Respectueusement vôtres,

Le président,
R. B. PERRAULT,

Le directeur général,
D. F. MORRELL.

APPENDICE E

COMITÉ JURIDIQUE CONJOINT DES FRATERNITÉS DES EMPLOYÉS DE CHEMINS DE FER DU CANADA

M. J. L. D. Ives, président, 117 immeuble Blackburn, 85, rue Sparks, Ottawa.
M. J. B. Ward, secrétaire, 502-3 immeuble Plaza, 45, rue Rideau, Ottawa.
Brotherhood of Locomotive Engineers, Brotherhood of Locomotive Firemen and Enginemen, Order of Railway Conductors.
Brotherhood of Railroad Trainmen, The Order of Railroad Telegraphers, Brotherhood of Maintenance of Way Employees.

Le 27 novembre 1951.

Monsieur A. L. Burgess, Secrétaire du
comité mixte du Sénat et de la Chambre des
Communes pour l'étude de la législation relative aux
coalitions, Service des comités, Chambre des communes,
Ottawa.

Monsieur,

Nous accusons réception de votre lettre du 17 novembre dans laquelle vous nous demandez si le comité juridique conjoint des fraternités des employés de chemins de fer du Canada se propose d'exposer ses vues au comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions.

Comme les membres du comité juridique se trouvaient dans les provinces Maritimes au moment où nous avons reçu votre lettre, nous n'avons pu vous

répondre immédiatement, ce dont nous nous excusons. Pour la même raison, il nous sera impossible de présenter un mémoire en bonne et due forme. Je puis cependant vous faire part aujourd'hui de ce qui suit:

De concert avec d'autres associations, notre comité, en diverses occasions, a prié le Gouvernement de recourir à des méthodes de réglementation des prix propres à enrayer la hausse constante du coût de la vie. Le discours du trône a inspiré de l'espoir et du réconfort aux membres du comité. Il s'agit surtout du passage suivant:

> Le Gouvernement a reçu, de la Commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions, un rapport intérimaire recommandant l'interdiction aux fournisseurs de marchandises d'obliger ou d'induire les distributeurs à revendre ces marchandises à des prix de revente fixes ou minimums.
>
> Vous serez priés de prendre des dispositions découlant du rapport intérimaire de la Commission.

La mesure que le Gouvernement entend prendre ne répond pas entièrement à notre attente, mais elle semble fournir un moyen de freiner quelque peu la hausse constante du coût de la vie.

Le comité juridique conjoint des fraternités des employés de chemins de fer du Canada approuve donc les mesures législatives qui interdiraient au fabricant ou au distributeur:

1° de fixer le prix auquel le détaillant doit revendre la marchandise;

2° de refuser de vendre un produit à un détaillant parce qu'il n'a pas exigé les prix minimums qu'ils avaient proposés.

Bien à vous,

Le secrétaire,

J. B. WARD.

APPENDICE F

Copie de la résolution adoptée par les délégués au 27e congrès annuel du Syndicat du blé de la Saskatchewan, tenu à Regina, du 6 au 16 novembre 1951. N° 40

IL EST PROPOSÉ d'adopter la résolution suivante: Le congrès félicite le gouvernement fédéral de vouloir présenter une mesure législative interdisant de la part des fabricants et des entreprises commerciales la fixation du prix de revente; il se déclare irréductiblement opposé à la fixation du prix de revente au détail, à quelque degré que ce soit, de même qu'à la fixation par les fabricants, les préparateurs et les distributeurs de toutes sortes, d'un prix de revente minimum au détail; il déplore que certaines entreprises commerciales aient refusé d'approvisionner des grossistes ou détaillants qui, en accordant des ristournes ou autrement, avaient refusé de se soumettre à une réglementation des prix qui tient du monopole; il prie le gouvernement fédéral de faire adopter le plus tôt possible durant la présente session, comme il se le proposait tout d'abord, le projet de loi interdisant aux fabricants et aux entreprises commerciales de fixer le prix de revente.

La résolution est adoptée à l'unanimité.

APPENDICE G

CEMA

CANADIAN ELECTRIC MANUFACTURERS ASSOCIATION

126, Davenport Road (Intersection Belmont)
Toronto 5, Canada

Téléphone Midway 1139

Le 30 novembre 1951.

Destinataire:

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude du rapport intérimaire du comité MacQuarrie sur la fixation des prix.

Sujet: Renseignements sur certains prix

Pour faire suite à la lettre que nous a envoyée le secrétaire du Comité, M. A. L. Burgess, le 26 novembre, nous vous transmettons les renseignements que diverses entreprises nous ont fournis sur les prix de vente. Ils nous semblent assez complets pour permettre au Comité de se former une opinion.

A la séance du lundi 26 novembre, comme en fait foi le fascicule n° 6 des procès-verbaux et témoignages, on a proposé que le Comité prépare une liste de questions. Toutefois, le Comité a plus tard décidé que les fabricants eux-mêmes choisiraient le mode de présentation des renseignements demandés au sujet des prix et que les membres du Comité ne feraient porter leurs questions que sur les déclarations que nous aurions nous-mêmes jugé opportun de formuler.

A titre de précision, qu'il me soit permis de signaler que la lettre a été reçue à 11 heures du soir, le 26 novembre, que je suis revenu à Toronto le 27 et que, par conséquent, ce n'est qu'après cette date que j'ai pu entrer en contact avec les sociétés commerciales qui font partie de notre association.

Notre association compte des membres partout au pays, de la Colombie-Britannique au Québec; c'est dire que les fabricants d'appareils ménagers n'ont pas tous pu, vu la limite de temps, nous faire part de leurs vues. En ce moment même, des renseignements qu'on nous a promis sont en cours de route, de sorte qu'ils ne pourront pas être versés au dossier que nous faisons parvenir au Comité.

Cependant, les renseignements transmis au Comité, notamment à l'égard des appareils importants, comme les réfrigérateurs, les fourneaux de cuisine, les lessiveuses, suffisent à démontrer que les bénéfices que se réservent les fabricants sont bien raisonnables.

On notera que, dans plusieurs cas, les fabricants ont indiqué leur prix de revient et leur bénéfice avant et après la hausse de la taxe. En plusieurs cas, il en est résulté pour les fabricants, non des bénéfices mais des pertes, puisque la taxe d'accise a été perçue à partir d'avril cette année.

ENTREPRISE "A"

"Voici qui confirmera notre conversation au sujet des prix de nomenclature à l'égard des appareils ménagers électriques.

Le bénéfice réalisé par le distributeur sur les appareils que nous fabriquons n'est que de 20 p. 100 du prix de vente, tandis que le bénéfice relatif aux articles ménagers non électriques s'établit à 25 p. 100 du prix de vente.

Comme le distributeur d'appareils ménagers doit assurer certains services, nous estimons que la marge de bénéfice actuelle est très faible."

ENTREPRISE "B"

APPAREIL: FOURNEAU DE CUISINE

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 349.00	$ 399.50
Prix payé par le marchand	230.00	264.00
Prix payé par le distributeur	204.15	233.70
Prix de revient du fabricant	185.64	276.78
Taxes de vente et d'accise	16.27	44.75
Total	$ 201.91	$ 321.53
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	51·7	51·3
Du distributeur au marchand	12·7	12·9
Du fabricant au distributeur	1·0	27·3

APPAREIL: FOURNEAU DE CUISINE POUR APPARTEMENT

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 239.75	$ 279.00
Prix payé par le marchand	163.00	184.00
Prix payé par le distributeur	141.45	163.25
Prix de revient du fabricant	144.32	215.16
Taxes de vente et d'accise	11.04	31.25
Total	$ 155.36	$ 246.41
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	47·1	51·6
Du distributeur au marchand	15·2	12·7
Du fabricant au distributeur	9·0	33·8

APPAREIL: GRILLE-PAIN À SUPPORTS BASCULANTS

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 9.95	$ 10.95
Prix payé par le marchand	6.35	7.00
Prix payé par le distributeur	5.27	5.80
Prix de revient du fabricant	5.33	7.73
Taxes de vente et d'accise	.98	1.50
Total	$ 6.31	$ 9.23
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	56·7	56·4
Du distributeur au marchand	20·0	20·0
Du fabricant au distributeur	16·5	37·2

APPAREIL: LESSIVEUSE

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 159.50	$ 184.50
Prix payé par le marchand	103.50	120.00
Prix payé par le distributeur	89.75	103.75
Prix de revient du fabricant	97.41	124.10
Taxes de vente et d'accise	5.91	30.30
Total	$ 103.32	$ 144.40
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	54·1	53·7
Du distributeur au marchand	15·3	15·6
Du fabricant au distributeur	13·2	28·1

APPAREIL: FER À REPASSER

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 13.95	$ 15.50
Prix payé par le marchand	8.95	9.95
Prix payé par le distributeur	7.39	8.21
Prix de revient du fabricant	6.98	10.11
Taxes de vente et d'accise	1.38	2.13
Total	$ 8.36	$ 12.24
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	55·8	55·8
Du distributeur au marchand	21·1	21·2
Du fabricant au distributeur	11·6	33·0

APPAREIL: RÉFRIGÉRATEUR, 7 PIEDS CUBES

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 375.00	$ 389.00
Prix payé par le marchand	255.00	265.00
Prix payé par le distributeur	225.00	233.40
Prix de revient du fabricant	192.86	275.02
Taxes de vente et d'accise	16.67	46.68
Total	$ 209.53	$ 321.70
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	47·0	46·8
Du distributeur au marchand	13·3	13·5
Du fabricant au distributeur	7·4	27·4

APPAREIL: RÉFRIGÉRATEUR, 9 PIEDS CUBES

	Prix avant la hausse de la taxe	Prix après la hausse de la taxe
Prix proposé à la consommation	$ 399.00	$ 497.00
Prix payé par le marchand	270.00	325.00
Prix payé par le distributeur	239.40	287.40
Prix de revient du fabricant	222.72	317.60
Taxes de vente et d'accise	17.74	57.48
Total	$ 240.46	$ 375.08
Pourcentage de la Majoration		
Du marchand au consommateur	47·8	47·3
Du distributeur au marchand	12·8	13·1
Du fabricant au distributeur	·5	23·4

ENTREPRISE "C"

ÉTUDE DÉTAILLÉE DES PROFITS ET PERTES RELATIVEMENT À CERTAINS PRODUITS

	1950		1951	
	Armoire 6 pieds cubes (approximativ.)	Fourneau de cuisine à quatre ronds; four superposé	Armoire 6 pieds cubes (approximativ.)	Fourneau de cuisine à quatre ronds; four superposé
Prix de détail	299.75	229.75	345.75	265.75
moins: frais de protection pour 5 ans	5.00	....	5.00	....
allocation au marchand				
Prix du fabricant	4.00	4.00	4.00	4.00
moins: remise moyenne	290.75	225.75	336.75	261.75
Produit brut	107.79	84.36	128.30	98.49
moins: taxe de vente	182.96	141.39	208.45	163.26
taxe d'accise	11.97	9.81	14.98	11.80
allocation de transport réclame faite en collaboration	....	....	22.47	17.70
garantie quant à la matière	4.00	4.00	4.00	4.00
Produit net	4.36	3.39	5.05	3.93
Prix de revient	1.88	1.68	2.49	2.39
Bénéfice brut	160.75	122.51	159.46	123.44
Bénéfice brut (pourcentage)	114.17	107.63	133.58	124.54
Frais de vente	46.98	14.88	25.88	1.10
Bénéfice d'exploitation	28.98	12.15	16.23	.89
Bénéfice d'exploitation (pourcentage)	8.50	6.48	16.27	12.60
Bénéfice d'exploitation	38.08	8.40	9.61	13.70
Bénéfice d'exploitation (pourcentage)	23.69	6.86	6.03	11.10
Impôt sur le revenu	17.71	3.91	7.87	11.22
Bénéfice net	20.37	4.49	1.74	2.48
Bénéfice net (pourcentage)	12.67	3.67	1.09	2.01

ÉCHELLE DES PRIX

	1950		1951	
	Armoire 6 pieds cubes (approximativ.)	Fourneau de cuisine à quatre ronds; four superposé	Armoire 6 pieds cubes (approximativ.)	Fourneau de cuisine à quatre ronds; four superposé
Prix de détail	299.75	229.75	345.75	265.75
Prix payé par le marchand	198.93	150.58	229.61	174.59
Bénéfice du marchand	100.82	79.17	116.14	91.16
Bénéfice du marchand (pourcentage)	33.63	34.46	33.59	34.30
Prix payé par le distributeur	166.66	125.52	192.23	145.53
Bénéfice du distributeur	32.27	25.06	37.38	29.06
Bénéfice du distributeur (pourcentage)	16.22	16.64	16.28	16.64

ENTREPRISE "D"

PRIX, PRIX DE REVIENT ET MAJORATIONS RELATIVEMENT AUX RÉFRIGÉRATEURS ÉLECTRIQUES. AVANT ET APRÈS LA HAUSSE DES TAXES

	Avant la hausse des taxes		Après la hausse des taxes	
	7½ pieds cubes	8½ pieds cubes	7½ pieds cubes	8½ pieds cubes
(A) Prix				
Prix proposé à la consommation	$344.50	$374.50	$397.50	$432.50
Prix payé par le marchand	232.35	248.90	268.15	287.50
Prix payé par le distributeur	192.25	205.50	221.80	237.30
Prix de revient du fabricant (livré)	159.05	166.67	187.43	195.92
Taxes de vente et d'accise	13.97	14.95	43.61	46.72
Prix de revient global (livré)	$173.02	$181.62	$231.04	$242.64
(B) Pourcentage de la majoration				
Du marchand au consommateur	48.27%	50.46%	49.24%	50.43%
Du distributeur au marchand	20.86%	21.12%	20.90%	21.15%
Du fabricant au distributeur	11.11%	13.15%	4.00%	2.20%

Notes: (1) Le prix de revient du fabricant ne comprend pas les dépenses d'immobilisation, l'intérêt, ni l'impôt sur le revenu.

(2) Le prix de revient du fabricant après la hausse des taxes ne donne pas une idée exacte de la situation actuelle: il ne tient pas compte de la régression progressive du volume des ventes ni de la hausse des frais de main d'œuvre et d'approvisionnement.

E. & O. E.
Le 29 novembre 1951.

ENTREPRISE "E"

Janvier 1950—30 juin 1950

Prix de nomenclature (y compris taxe de vente de 8%)			$ 86.50	
Remises (40% et 10%) accordées aux distributeurs	$39.79	Solde	46.71	
Allocation de transport	.96	"	45.75	
Taxe de vente 8/108	3.39	"	42.36	(Revenu net du fabricant)
Prix de revient du fabricant pendant la période			34.75	
Bénéfice du fabricant			$ 7.61	

Mai-octobre 1951

Prix marqué proposé (y compris taxes de vente (10%) et d'accise (15%)			$100.00	
Remises (40% et 10%) accordées aux distributeurs	$46.00	Solde	54.00	
Allocation de transport	1.08	"	52.92	
Taxe de vente 10/125	4.23	"	48.69	
Taxe d'accise 15/115	6.35	"	42.34	(Revenu net du fabricant)
Prix de revient du fabricant pendant la période			42.17	
7. Bénéfice du fabricant 17c., soit 17%.				
Prix marqué proposé (y compris taxes de vente (10%) et d'accise (25%)			$107.85	
Remises (40% et 10%) accordée aux distributeurs	$49.61	Solde	58.24	
Allocation de transport	1.08	"	57.16	
Taxe de vente 10/135	4.23	"	52.93	
Taxe d'accise 25/125	10.59	"	42.34	(Revenu net du fabricant)
Prix de revient du fabricant pendant la période	42.17			
Bénéfice du fabricant	17c.			

L'entreprise accuse un déficit pour le troisième trimestre de 1951	$ 9,896.66
L'entreprise accuse un déficit pour le mois d'octobre 1951	3,298.88
Total des pertes, période de juillet à octobre inclusivement	13,195.54

ENTREPRISE "F"

Bénéfice net moyen pour 1950:
8.7% des ventes
(Variation, selon les appareils, allant d'une perte de 6.5% à un bénéfice de 14.2%)
Après la hausse des taxes, printemps de 1951:
Perte moyenne de 7.7% des ventes
Exemple: Appareil électrique:

(Prix proposé)	Le marchand reçoit du consommateur	$13.95
	Le distributeur reçoit du marchand	9.30
	Le fabricant reçoit du distributeur	7.53
	Moins taxes et transport	.87
	Prix du fabricant (net) (f. à b.)	6.66

Prix de revient en 1950: $6.03, soit un bénéfice net par article de 63c.
Prix actuel dans l'entrepôt du fabricant, $7.17: perte par article, 51c.

ENTREPRISE "G"

Remises consenties au détaillant sur le prix de revenu proposé par le fabricant

	Remise minimum	Remise maximum
Réfrigérateurs	27%	36%
Fourneaux de cuisine	25	35
Lessiveuses	30	38
Petits appareils	25	40

Le fabricant vend les appareils importants directement aux marchands, sans passer par les distributeurs. Il accorde une remise de 46 p. 100 aux distributeurs à l'égard des petits appareils.

Il établit le chiffre de la remise entre les extrêmes mentionnés en tenant compte des éléments suivants:

1. Remise moins élevée lorsqu'il s'agit de modèles simples et à bas prix;
2. Chiffre total des achats du marchand;
3. Habilité du marchand à faire mousser la vente, formation dans l'art de vendre, lieu où le magasin est établi et frais d'exploitation.

Le 29 novembre 1951.

ENTREPRISE "G"

Bénéfices réalisés en 1949 et 1950 et au cours des dix premiers mois de 1951 sur la vente d'appareils électriques

(Pourcentage du prix de vente du fabricant)

Les impôts fédéral et provincial sur le revenu imposable des sociétés commerciales s'élevaient à 40 p. 100 en 1949, et à 41·6 p. 100 en 1950. Ils sont de 52·6 p. 100 en 1951.

	Bénéfice net avant le paiement des impôts sur le revenu. Exprimé en p. 100 des ventes			Bénéfice net après le paiement des impôts sur le revenu. Exprimé en p. 100 des ventes		
			(10 mois)			(10 mois)
	1949	1950	1951	1949	1950	1951
Réfrigérateurs	0·7	5·1	1·0	0·42	3·0	0·5
Fourneaux de cuisine	10·1	13·1	6·9	6·1	7·7	3·3
Lessiveuses	14·3*	5·5	5·4	*	3·2	2·6
Autres appareils	11·5	11·2	10·6	6·9	6·5	5·0
Ensemble des appareils	4·5	7·4	4·1	2·7	4·3	1·9

* (Perte)

Le 29 novembre 1951

ENTREPRISE "K"

L'entreprise ne vend pas par l'entremise de distributeurs

Fourneaux de cuisine	*Prix de revient*	*Prix de vente moyen*	*Prix de détail*
1er janvier 1951	$162.52	$183.58	$274.00
30 novembre 1951	216.21	213.73	319.00
Réfrigérateurs			
1er janvier 1951	$192.85	$233.83	$349.00
30 novembre 1951	244.40	247.23	369.00

ENTREPRISE "L"

Bouilloires électriques

1951	*Prix de revient*	*Prix de vente*	*Prix de l'intermédiaire*	*Prix de détail*
1er janvier	$10.14	$8.27	$10.33	$15.50
1er décembre	11.86	8.80	11.00	16.50

Compte tenu du peu de temps dont nous disposions, nous estimons avoir fourni assez de données précises pour démontrer, comme on l'a déclaré au Comité mixte, que les bénéfices réalisés au sein de l'industrie des appareils ménagers n'ont pas été excessifs, loin de là. Nous espérons que ces chiffres aideront le Comité à formuler ses vœux au sujet de la fixation du prix de revente.

Bien à vous,

Le directeur général,

B. NAPIER SIMPSON.

B. Napier Simpson.
ds.

ENTREPRISE "M"

FRACTION QUE LE FABRICANT CONSERVE SUR CHAQUE DOLLAR DE VENTE AUX DISTRIBUTEURS PAR PRODUIT.

	1950			*Du début de 1951 à aujourd'hui*		
Produit	*Fraction nette avant le prélèvement de l'impôt sur le revenu*	*Impôt sur le revenu*	*Fraction nette conservée*	*Fraction nette avant le prélèvement de l'impôt sur le revenu*	*Impôt sur le revenu*	*Fraction nette conservée*
A	.228	.095	.133	.230	.115	.115
B	.235	.098	.137	.223	.112	.111
C	.120	.050	.070	.130	.065	.065
D	.084	.035	.049	.076	.038	.038
E	.003	.001	.002	.082	—	.082
F	.217	.091	.126	.213	.107	.106
G	.243	.101	.142	.182	.091	.091
H	.207	.086	.121	.176	.088	.088
I	.035	.015	.020	.391	—	.391

FRACTION QUE LE FABRICANT CONSERVE SUR CHAQUE DOLLAR DE VENTE AU CONSOMMATEUR PAR PRODUIT.

	1950			*Du début de 1951 à aujourd'hui*		
Produit	*Fraction nette avant le prélèvement de l'impôt sur le revenu*	*Impôt sur le revenu*	*Fraction nette conservée*	*Fraction nette avant le prélèvement de l'impôt sur le revenu*	*Impôt sur le revenu*	*Fraction nette conservée*
A	.118	.049	.069	.123	.062	.061
B	.121	.050	.071	.117	.059	.058
C	.061	.025	.036	.070	.035	.035
D	.044	.019	.025	.040	.020	.020
E	.001	.0005	.0005	.041	—	.041
F	.115	.048	.067	.116	.058	.058
G	.135	.056	.079	.099	.050	.049
H	.144	.060	.084	.099	.050	.049
I	.019	.008	.011	.136	—	.136

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session—Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule n° 12

SÉANCE DU MARDI 4 DÉCEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. R. B. Taylor, président, comité législatif, Association des manufacturiers canadiens; M. G. R. Bradley, directeur des ventes, *Peak Frean* (Canada) *Limited;* M. R. L. Linton, de *Sisman and Company,* Aurora (Ontario), représentant tous l'Association des manufacturiers canadiens; M. F. A. McGregor, C.B.E.

EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE LA REINE ET CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
OTTAWA, 1952

ADDENDUM

Procès-verbaux et témoignages du lundi 3 décembre 1951:

Présents: M. Thos. N. Phelan, K.C. et M. Guy Favreau, conseillers juridiques du Comité.

PROCÈS-VERBAUX

Le MARDI 4 décembre 1951

Le comité conjoint du Sénat et de la Chambre des communes institué pour faire l'étude de la législation relative aux coalitions, se réunit à 10 h. 30 du matin. Les présidents conjoints, l'honorable sénateur A.-L. Beaubien et M. James Sinclair, député, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents:

Pour le Sénat: Les honorables sénateurs Burchill, Golding, Hawkins, Horner.

Pour la Chambre des communes: MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Fleming, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher.

Présents: M. Thos. Phelan, K.C. et M. Guy Favreau, avocats-conseils du comité; M. R. B. Taylor, président du comité législatif de l'Association des manufacturiers canadiens; M. G. R. Bradley, directeur des ventes, Peak Frean (Canada) Limited; M. R. L. Linton, de Sisman and Company, Aurora (Ontario); représentant tous l'Association des manufacturiers canadiens. Mlle Margaret, P. Hyndman, prend la parole et demande que les délégués de la Canadian Retail Merchants' Association soient invités à comparaître.

Le président fait observer que le comité s'est déjà prononcé sur la question.

M. Taylor est appelé; il dépose sur le bureau un mémoire, au nom de l'Association des manufacturiers canadiens, document publié à titre d'*Appendice A*, aux Procès-verbaux et témoignages de ce jour. M. Taylor est entendu et interrogé sur le mémoire.

MM. Bradley et Linton sont appelés et interrogés.

Les témoins se retirent.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau à 3 heures et demie de l'après-midi.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le Comité conjoint reprend la séance à 3 h. 30 de l'après-midi. Les co-présidents, l'honorable sénateur A.-L. Beaubien et M. James Sinclair, député, sont présents. Au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents:

Pour le Sénat: Les honorables sénateurs Burchill, Fogo, Golding, Hawkins, Horner.

Pour la Chambre des communes: MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Shaw, Stuart, (*Charlotte*), Thatcher.

Présent: M. F. A. McGregor, C.B.E.

M. MacInnis propose que le Comité s'en tienne strictement au règlement, adopté le 26 novembre, selon lequel l'interrogatoire mené par un seul membre ne doit pas dépasser 10 minutes.

Ladite motion, mise aux voix, est adoptée.

M. McGregor est appelé, entendu et interrogé.

La séance est interrompue à 4 h. 27 de l'après-midi par le timbre d'appel de la Chambre des communes.

Le Comité reprend la séance à 4 h. 50.

Le témoin se retire.

Conformément à l'avis exprimé dans le quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, adopté le 30 novembre, on publie en appendices aux procès-verbaux et témoignages de ce jour, les documents suivants:

Appendice B: Mémoire soumis au Comité par la Fédération canadienne des agriculteurs.

Appendice C: Mémoire présenté au Comité par la Canadian Association of Radio and Appliance Dealers.

Appendice D: Mémoire soumis au Comité par T. Eaton Company Limited.

A 6 heures du soir, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau le mercredi 5 décembre à 3 heures et demie de l'après-midi.

TÉMOIGNAGES

4 décembre 1951
10 heures 30 du matin

Le PRÉSIDENT: A l'ordre, messieurs.

Ce matin nous allons donner la parole aux représentants de l'Association des manufacturiers canadiens. Vous avez reçu son mémoire il y a environ une semaine. Si les membres du Comité veulent s'en procurer un exemplaire il y en a d'autres ici qui sont à leur disposition.

Les délégués de l'Association des manufacturiers canadiens voudraient-ils bien venir prendre place autour de la table?

Mlle MARGARET P. HYNDMAN, K.C.: Avant l'audition des témoignages qu'il me soit permis de soulever une question de règlement. Je comparais ici au nom de la Retail Merchants Association de Toronto; hier après-midi, le vice-président, M. Thomson, de St-Catharines, m'a priée de vous dire combien il est désireux de pouvoir témoigner devant votre Comité; il a adressé une dépêche à M. Garson, demandant s'il y avait moyen de la convoquer ici. Si on m'en accorde l'autorisation, je voudrais vous communiquer la dépêche que M. Garson lui a envoyée en réponse:

> M. Garson a télégraphié aujourd'hui ce qui suit: On a fait savoir à M. Boisseau que le sous-comité du programme du comité parlementaire mixte a décidé que le temps faisait défaut pour entendre les délégués de son association. Sauf erreur, cette décision tient à ce que l'organisation a présenté un mémoire et que la Canadian Retail Federation, dont elle est une filiale, s'est fait entendre du comité à trois reprises différentes. On estime que l'exposé complet de la Retail Federation avait englobé les problèmes soulevés par le Retail Merchants Association. Le comité a procédé de la même façon à l'égard de toutes les autres associations, afin d'éviter le double-emploi et la répétition des mêmes thèses. Toutefois il paraît que, vu le plaidoyer pressant fait la semaine dernière par M. Boisseau, on a consenti à entendre les observations de vos organismes, le 30 novembre, ainsi que celles de la Canadian Retail Federation; néanmoins, cette concession accordée, votre association l'a repoussée. La correspondance antérieure dont vous faites mention, fait ressortir à l'évidence que les mémoires et les vœux devaient être soumis au comité parlementaire dès sa nomination; étant donné que tout comité est libre d'élaborer seul son programme, je regrette de ne pouvoir intervenir. Signé Stuart S. Garson, ministre de la Justice—Fin de la citation. Considérant l'extrême importance du projet de loi pour tous nos membres dont le nombre atteint environ 20,000 d'un bout du Canada à l'autre, nous vous adjurons de faire tout ce qui est en votre pouvoir pour persuader le Comité de bien vouloir remettre à plus tard la fin de ses séances afin d'entendre le témoignage de nos représentants.
>
> J. R. THOMSON, Vice-Président,
> Conseil fédéral, Retail Merchants'
> Association of Canada, Inc.

Le PRÉSIDENT: Mlle Hyndman me permettra de lui faire observer qu'il est plutôt extraordinaire de voir des gens qui ne sont pas membres du comité soulever une objection; la réponse au document que vous venez de nous lire, ne

diffère pas sensiblement des réponses que le sénateur Beaubien et moi-même avons adressées à de nombreux groupements qui n'ont pas présenté de mémoires—bien que la Retail Merchants' Association of Canada ait déposé un mémoire et demandé à comparaître devant le Comité. Notre ligne de conduite a consisté à accepter comme l'expression d'opinions réfléchies les mémoires envoyés par tous les groupements du pays qui s'intéressent au problème. Tous les comités parlementaires qui s'occupent de question d'intérêt national sont submergés sous un flot de communications. Le groupement que vous représentez a soumis un mémoire. Au cours des trois séances où nous avons interrogé la Retail Federation, nous avons très certainement examiné en détail toutes les questions soulevées par la Retail Merchants' Association of Canada; sans vouloir manquer de respect à une personne du beau sexe, je tiens à souligner que c'est la première fois qu'il m'arrive de siéger à un comité où une personne de dehors invoque le règlement. Le groupement que vous représentez a reçu des réponses du ministre de la Justice et des présidents conjoints du Comité. J'estime que c'est le sous-comité du programme et de la procédure qui tranchera la question de savoir qui va comparaître devant le comité.

Mlle HYNDMAN: J'en suis navrée si vous avez cru que j'invoquais le règlement. Je sais que cela m'est interdit, bien que votre allusion à mon sexe me fasse souhaiter d'avoir le droit d'invoquer le règlement.

Le PRÉSIDENT: Ma foi, si vous n'aviez pas été une dame, je vous aurais imposé silence dès les premiers mots.

M. THATCHER: Au nom de combien de détaillants cette dame parle-t-elle?

Mlle HYNDMAN: D'environ 20,000 qui sont les petits commerçants par excellence.

M. THATCHER: Ne vous semble-t-il pas, monsieur le président, que cela indique que nous faisons preuve d'une hâte intempestive?

Le PRÉSIDENT: Le Comité s'est déjà penché sur ce problème; j'estime que nous ne devrions pas de nouveau y consacrer beaucoup de temps. Le problème intéresse vivement tout le pays et touche des groupements provinciaux, locaux et nationaux; mais si nous prolongeons indéfiniment nos séances afin d'entendre tous ceux qui invoqueront leur droit démocratique de comparaître devant le comité, nous n'en verrons jamais la fin.

Nous avons indiqué la procédure suivie; nous avons reçu des mémoires que nous avons communiqués aux intéressés et examinés de près. Le Comité a imprimé à ses frais les mémoires des groupements qui n'avaient pas les moyens d'en faire tirer eux-mêmes 75 exemplaires. Jusqu'ici, le cas ne s'est produit que deux fois et je n'admets pas qu'on n'ait pas eu les moyens de payer l'impression de 75 exemplaires. Nous les avons fait imprimer et je m'attends qu'ils soient versés aux débats aujourd'hui. Un comité peut changer sa ligne de conduite, mais non pas sur la motion d'un membre qui avait précédemment voté contre la motion portant adoption de cette ligne de conduite.

M. THATCHER: Voulez-vous dire par là que je n'ai pas le droit de présenter de motion?

Le PRÉSIDENT: Je suis reconnaissant à votre voisin, ainsi qu'au greffier de la Chambre, d'avoir appelé mon attention sur ce point.

M. THATCHER: J'en fais quand même la proposition.

Le PRÉSIDENT: Je la déclare contraire au règlement, étant donné que vous avez déjà présenté une motion semblable qui a été repoussée.

M. THATCHER: Je n'avais pas proposé que le comité entende madame. Je propose maintenant qu'elle soit entendue par le Comité, puisqu'elle parle au nom de 20,000 détaillants.

Le PRÉSIDENT: La motion de M. Thatcher va à l'encontre des règles établies par le sous-comité du programme et de la procédure. Nous avions décidé de n'entendre que les organismes affiliés s'inscrivant en faux contre les opinions de leurs associations-mères nationales. Nul groupement de détaillants dissident ne nous a fait parvenir de mémoire.

Je me garderai bien monsieur Thatcher, de vous donner lecture du rapport *in extenso;* mais j'aimerais vous renvoyer à la page 457 de notre rapport officiel; vous y verrez tracée la ligne de conduite établie par le sous-comité du programme et de la procédure. Je vous signale tout particulièrement les alinéas 1, 2 et 3. La décision a été corroborée par nous à deux reprises au moins auprès de la Retail Merchants Association of Canada, elle a communiqué sans équivoques possibles au président de la Canadian Retail Federation lors de sa comparution ici même; étant donné tout cela, étant donné aussi que nous avons consacré trois séances aux délégués de la Canadian Retail Federation nous allons poursuivre nos travaux.

Mlle HYNDMAN: Je n'ai pas demandé à être entendue moi-même. Je me suis bornée à vous prier de bien vouloir entendre le témoignage de M. Thomson de St. Catharines; en dépit de la décision prise antérieurement, on lui a fait savoir qu'il pouvait déposer mais il n'a pas reçu la dépêche en temps utile.

Le PRÉSIDENT: Cela remonte au moment où le secrétaire de son association nous a téléphoné et a obtenu l'assentiment de la Canadian Retail Federation; il y avait alors ici trois ou quatre autres de leurs représentants; M. Thomson aurait pu grossir leurs rangs.

Mlle HYNDMAN: Il voudrait qu'on lui permît de venir témoigner demain; la semaine dernière vous sembliez disposés à l'entendre.

L'hon. M. HORNER: Avait-on accédé à sa demande la semaine dernière?

Le PRÉSIDENT: On lui avait dit qu'il pouvait se joindre aux représentants de la Canadian Retail Federation, qui aurait pu le faire venir.

L'hon. M. HORNER: Mais Madame vient de nous dire que la communication ne lui est pas parvenue à temps.

Mlle HYNDMAN: Ce n'est pas comme délégué de la Canadian Retail Federation qu'il voudrait témoigner, mais bien comme représentant de la Canadian Merchants Association.

Le PRÉSIDENT: Nous avons examiné bon nombre de mémoires; toutes les questions soulevées dans ces documents avaient été traitées soit dans les mémoires de la Canadian Retail Federation soit dans l'excellent témoignage de M. Harris et de ses associés. Notre comité désire éviter d'oiseuses répétitions. Nous avons pris notre décision; je vous remercie d'avoir bien voulu comparaître.

Mlle HYNDMAN: Je m'en remets au comité; mais mon client estimait qu'il pouvait vous exposer des faits inédits ou essentiels; sinon il n'aurait pas formulé sa demande. Je n'ai rien à ajouter.

Le PRÉSIDENT: Ce sentiment est partagé par tous ceux (jusqu'au dernier) qui ont écrit à notre Comité. Il se trouve fort communément répandu parmi les personnes qui s'intéressent à un problème donné.

M. Phelan, l'avocat-conseil du comité, va interroger les délégués de la Canadian Manufacturers Association qui sont aujourd'hui parmi nous. M. Taylor, auriez-vous la bonté de vous faire connaître et de nous présenter les délégués qui vous accompagnent?

M. R. B. Taylor, Vice-Président effectif, General Steel Wares Limited, Président du comité législatif de la Canadian Manufacturers Association, est appelé:

Le TÉMOIN: Je suis accompagné de M. G. R. Bradley, Chef du service des ventes de la Peek Frean (Canada) Limited et de M. R. L. Linton, de Sisman and Company, Aurora (Ontario). Ils répondront volontiers à vos questions et sont tout prêts à m'aider à y répondre moi-même.

Le PRÉSIDENT: Tous les membres de notre Comité ont étudié votre mémoire, monsieur Taylor; s'il vous plaisait de nous en retracer un résumé succinct (non pas de le lire, car nous l'avons déjà lu) notre avocat-conseil ouvrira la première série de questions; vous aurez ensuite à répondre aux membres du comité.

Le TÉMOIN: S'ils défendent le principe de la fixation des prix de revente dans les secteurs où c'est indiqué, c'est que les fabricants songent avant tout à protéger leurs propres intérêts, et non pas à éliminer leurs concurrents; en effet, j'ai lu bien des mémoires et des témoignages émanant des adversaires de la fixation des prix de revente et j'ai pu constater que tous s'accordent à reconnaître qu'à la sortie de l'usine il y a une concurrence acharnée. Si les fabricants se prononcent pour la fixation des prix de revente, c'est qu'ils veulent préserver cette concurrence. Nous voulons que les détaillants qui achètent nos produits soient bien nombreux et non pas clairsemés. Nous ne voulons pas dépendre de quelques détaillants puissants nous tenant à leur merci. Peut-être cela vous laisse-t-il froid de songer que les fabricants pourraient être à la merci de détaillants; mais vous vous trompez si vous pensez qu'un détaillant détenteur d'un monopole se priverait de tenir la dragée haute au consommateur. Je regrette profondément qu'il ne vous soit pas possible de faire une enquête quant aux marges de bénéfices réalisées sur les produits à prix non fixé soumis à un monopole—du fait de leur importation ou pour toute autre raison.

L'interdiction de fixer des prix de revente acculera à la faillite les détaillants indépendants et obligera les fabricants à se lancer dans le domaine de la vente au détail. Cela me paraît clair comme le jour. La concurrence sera moindre et non pas plus sévère. La fixation des prix de revente sera toujours en vigueur et les prix seront plus élevés au lieu d'être plus bas.

Le témoignage du Dr Forsey au sujet de la concurrence confirme la règle générale qui veut qu'on ait une vue parfaitement nette de ses problèmes à soi, mais qu'on tende à croire que tous les autres gens exagèrent l'importance des leurs. On trouve d'excellentes raisons de ne pas limiter la concurrence à l'égard de ses propres produits, mais on refuse de croire qu'il y ait lieu de restreindre la concurrence en ce qui concerne les articles qu'on achète?

Nous ferions une entorse à la vérité en affirmant que, dans le premier cas, il s'agit d'êtres humains et dans l'autre d'objets inanimés, réfrigérateurs ou cuisinières par exemple. Nous n'essayons pas de vous dépeindre les sentiments d'un réfrigérateur blessé de ce qu'on ait baissé son prix; nous parlons au nom des humains qui fabriquent et qui vendent ces réfrigérateurs et nous nous flattons de défendre de notre mieux les intérêts de ceux qui achètent ces produits.

Le Dr Forsey semble tenir pour établi que l'interdiction de la fixation des prix de revente entraînera une stabilisation plus ou moins permanente des prix à des niveaux variant avec chaque magasin; ainsi les ménagères sauront qu'elles peuvent se procurer tel article à $1 dans le magasin A tandis que dans la boutique B le même article se vendrait 90c. Mais ces prix n'auront absolument rien de permanent. Si A découvre que ses affaires vont mal, il pourra essayer de retenir sa clientèle en démarquant ses étiquettes jusqu'à 90c. ou même 85c. Si de son côté le magasin B voit qu'une clientèle plus nombreuse ne compense pas suffisamment des prix trop bas, il ne tardera pas à les relever. Pour trouver une occasion, la ménagère, faisant ses courses, rendra visite aux deux magasins et souvent même en visitera plus de deux. Songez au nombre des boutiques dans lesquelles

il vous faudrait entrer, à Montréal ou à Toronto, pour pouvoir vous assurer d'une véritable occasion en appareils radiophoniques, si chaque détaillant avait le droit de fixer ses propres prix.

D'après le Congrès Canadien du Travail et d'autres avis provenant de sources diverses le grand public a l'impression qu'un détaillant peut choisir un emplacement et suivre une méthode de vente qui l'oblige à réaliser une marge de bénéfice de 40 p. 100 par exemple; ou s'il préfère, il peut choisir un endroit moins intéressant, ouvrir une boutique plus modeste et plus petite, réduire son personnel au minimum et faire ses affaires avec une marge ne dépassant pas 30 p. 100. Ce tableau serait conforme à la réalité si, dans les deux cas, le commerçant pouvait compter sur le même volume de ventes. En réalité, nous voyons qu'un marchand profitant d'un magasin mieux situé et mieux équipé écoulera un volume d'articles bien supérieur à celui de l'autre commerçant. Son revenu réel ne peut se calculer en simple pourcentage; il faut y voir un pourcentage multiplié par le volume des marchandises vendues; l'augmentation du volume lui permet de se contenter d'un pourcentage égal ou inférieur à celui de son confrère. Un détaillant établi dans une échoppe miteuse, située dans un quartier pauvre, doit exiger une marge de bénéfice assez élevée pour compenser un maigre volume d'articles vendus.

Monsieur le Président, avant d'adopter la loi, j'estime que le Comité devrait se rendre compte clairement qu'il est sur le point d'introduire un nouveau principe dans le corps de la loi des enquêtes sur les coalitions; ce principe permet de qualifier de crime un acte au sujet duquel il est impossible de prouver qu'il a nui ou qu'il peut nuire à l'intérêt du public.

La loi des enquêtes sur les coalitions décrète que tout acte qui est de nature à nuire au public est un crime; mais il ne peut s'agir ici que de tel ou tel cas d'espèce porté à l'attention des tribunaux. C'est bien grave que de déclarer qu'une chose est un crime, sans prouver que c'est effectivement un crime lors même que, assez communément répandue, elle peut n'être répréhensible que dans le petit nombre de cas ou encore dans certains cas isolés.

Cette loi ouvrirait des avenues nouvelles. Pour autant que nous sachions, on n'en trouve l'équivalent dans aucun autre domaine; nous ne saurions recommander trop de prudence.

La Canadian Manufacturers' Association est dans une ignorance profonde des prix demandés par ses membres ou des frais qu'ils supportent. Pour moi, je connais naturellement les prix et les frais de notre entreprise. Dans notre entreprise, je veux dire dans les affaires de la société à laquelle j'appartiens, nous écoulons beaucoup de marchandises à prix fixés, mais nous vendons encore plus de produits dont nous ne fixons pas les prix. Le Comité aimerait peut-être savoir que notre marge de bénéfices sur les articles à prix fixés est bien inférieure à celle que nous réalisons sur les produits vendus aux détaillants sans en fixer le prix.

Monsieur le Président, je vous remercie.

Le PRÉSIDENT: Merci, M. Taylor.

M. Phelan:

D. A quel domaine des affaires appartenez-vous, monsieur? Etes-vous fabricant?—R. Nous sommes fabricants et grossistes.

D. Pour quel type de produits?—R. Pour divers articles de ménage fini porcelaine, en cuivre, en fonte, en aluminium ou en étain; nous fabriquons des bidons à lait, des réservoirs d'eau chaude, toutes sortes de cuisinières et de poêles et calorifères; nous sortons des réfrigérateurs électriques et des armoires frigorifiques, du matériel de cuisine destiné aux grands établissements et bien d'autres produits encore.

D. Pourriez-vous me donner une brève énumération des articles à prix fixés et à prix libres?—R. Certainement. Les produits à prix fixés sont les poêles et cuisinières de tout genre, les réfrigérateurs électriques et les glacières, un certain groupe d'articles de cuisine et un article électrique pour lequel la demande est énorme et que nous fabriquons.

D. On peut en conclure que les produits les plus importants sont ceux qu'on soumet à la fixation des prix?—R. Oui, c'est ainsi qu'il en va surtout dans notre secteur.

D. *Grosso modo*, quelle fraction de vos marchandises se vend à prix fixé?—R. 37 p. 100 environ.

D. 37 p. 100 de votre production totale tombe sous le régime de la fixation des prix de revente. Vous référant à votre mémoire, je vous prie de remarquer qu'à la page 1 vous affirmez que la fixation des prix de revente n'entraîne aucune augmentation des prix. Estimez-vous que cette règle puisse connaître des exceptions?—R. Ma foi, je n'en vois aucune.

D. Vous n'en voyez aucune. Mais il me semble pourtant que nous en avons eu un excellent exemple hier. Permettez-moi de vous poser une question. Il peut arriver de nos jours qu'un fabricant constate un fléchissement de la demande. Deux solutions différentes s'offrent alors à lui. La première consiste à réduire ses prix, à élargir le cercle de sa clientèle; la seconde l'amène à réduire sa production tout en maintenant ses prix. Quelle pratique préféreriez-vous suivre?—R. Je crois pouvoir répondre en m'appuyant sur des faits précis. Notre entreprise fait face à une situation de ce genre; nous avons réduit nos prix d'une manière ou d'une autre.

D. D'une manière ou d'une autre?—R. Oui.

D. Pour tous vos produits?—R. Non monsieur, nous nous en sommes tenus aux articles le plus durement atteints.

D. Avez vous comprimé la production de certains articles, tout en maintenant le niveau de vos prix?—R. C'est ce que nous avons fait dans certains secteurs.

D. Cela ne vous semble-t-il pas être une exception à la règle d'ordre général que vous avez formulée et d'après laquelle la fixation des prix de revente n'entraîne pas de hausse des prix? Je crois pouvoir affirmer qu'en réduisant le volume de votre production tout en maintenant vos prix antérieurs, vous avez, par là-même, imposé des prix plus élevés au public? Avant d'aller plus loin: admettez-vous la justesse de mon raisonnement?—R. Ma foi non; pour répondre à votre question telle que vous l'avez présentée, j'affirme qu'il nous est impossible de réduire nos prix de manière à vendre nos articles à perte.

D. Il s'agit de tout autre chose. Réduire la production sans réduire les prix, n'est-ce-pas un moyen d'imposer au public des prix plus élevés?—R. Si vous voulez, cela revient au même.

D. Je le répète, si vous réduisez le volume de votre production sans baisser vos prix, le public n'est-il pas forcé de vous payer plus cher?—R. Oui, on arriverait à ce résultat.

D. Venons-en au commerçant qui ayant en magasin un stock considérable de marchandises à prix fixés, fait face à la même situation. Le maintien des prix l'empêche de baisser ses prix afin d'écouler ses réserves?—R. Dans notre secteur je crois pouvoir dire qu'à l'heure actuelle il n'y a guère de détaillant, qui soit sous la coupe du fabricant. Nos détaillants éprouvent de grandes difficultés à écouler leurs produits; ils s'efforcent de remédier à cette situation en réduisant leurs prix et en ayant recours à tous les moyens possibles; nous nous gardons bien d'intervenir d'une façon ou d'une autre.

D. La même situation se répète-t-elle pour tous les fabricants qui pratiquent la fixation des prix de revente?—R. Oui, si nos informations sont exactes.

D. J'en viens à la page 3 de votre mémoire. Mais avant cela, permettez-moi d'en finir avec l'autre situation. Écartons pour le moment l'hypothèse d'un fléchissement soudain de la demande; tenons-nous en à la supposition selon laquelle tous les détaillants agissent de la même façon et vendent les mêmes articles à des prix identiques; admettez-vous qu'en ce qui concerne les consommateurs une telle situation ne tienne pas compte de la marge de bénéfice que prennent les détaillants aux fins de leur négoce?—R. L'expérience nous a démontré qu'il n'y a pas de différence importante entre les marges requises par les divers détaillants. Cependant la différence peut être sensible entre la marge que devrait réaliser un détaillant en produits de pharmacie et un détaillant d'appareils ou accessoires d'électricité.

D. Non, je parle de produits identiques; j'envisage l'hypothèse de deux commerçants offrant le même produit à prix fixé. Trouvez-vous des différences marqués entre les frais d'exploitation normaux de ces deux marchands?—R. Non pas.

D. Permettez-moi de vous signaler certains chiffres publiés par le Bureau fédéral de la Statistique. J'y vois les conclusions suivantes, pour 1949; prenons d'abord, quelque chose qui se rattache à votre secteur: la quincaillerie. Dans ce domaine, le service à réparti les distributeurs en quatre groupes distincts, a laissé de côté les deux groupes extrêmes et s'est borné aux deux groupes du milieu afin d'éviter des conclusions inéquitables. Il se trouve que dans le domaine de la quincaillerie, l'écart, en ce qui concerne les frais, varie en moyenne de 11·8 à 19. Ce phénomène est-il confirmé par votre propre expérience en ce domaine?— R. Oui, j'admets que dans la quincaillerie des écarts puissent fort bien se produire.

D. Pour tous les produits à prix fixés, le commerçant qui vend en fonction des 11·8 est contraint de vendre au même prix que son rival qui vend en fonction des 19 p. 100.—R. Il me semble que cet écart est exagéré quant à la vente au détail de certains de nos produits à prix fixés.

D. Je m'occupe de la quincaillerie en général. Celui qui est soumis à la fixation des prix et qui vend en fonction de 11·8 est désavantagé,—vous en conviendrez—, par rapport à celui qui vend en fonction de 19?—R. Nous ne demandons pas aux quincailliers de se soumettre à la fixation des prix.

D. Mais je vous soumets une situation où l'on voit un quincaillier vendre certains articles dont les prix de détail sont fixés.—R. Et moi je vous affirme que nous n'essayons de fixer les prix de revente que dans les cas où, à notre avis, il n'y a qu'une différence insignifiante dans les frais de vente au détail.

M. FLEMING: Dans cette publication du Bureau fédéral de la Statistique, trouve-t-on des indications statistiques se rapportant aux cas cités et traitant des articles à prix fixés?

M. PHELAN: Nous savons que les prix de revente, pour certains produits de quincaillerie, sont fixés.

L'hon. M. GARSON: Le témoin vient de nous le confirmer.

Le TÉMOIN: Nous n'avons de prix fixés que pour 1 p. 100 des marchandises que nous écoulons par l'intermédiaire des quincailliers.

M. Phelan:

D. Je cite des chiffres extraits du rapport du Bureau fédéral de la Statistique pour 1949, E-15. Prenons un autre cas, en dehors de votre domaine propre; je voudrais que vous me disiez si, d'après votre expérience d'industriel, ceci est exact. L'écart signalé pour les accessoires d'automobiles s'étend entre 16·5 et 28. Auriez-vous quelque chose à dire là-dessus?—R. Non, monsieur, je ne connais pas ce secteur.

D. Et dans le domaine des nouveautés et de la mercerie? Ce n'est pas non plus votre secteur, quelle est votre opinion là-dessus?—R. J'admets qu'il peut y avoir un écart.

D. D'après le Bureau fédéral de la Statistique cet écart va de 10·1 à 16·7 pour les produits métalliques. Auriez-vous quelque commentaire à formuler?—R. Non; je puis cependant signaler que nous ignorons dans quelle mesure la fixation des prix de revente s'applique ici.

D. J'imagine qu'il nous faut faire appel à notre jugeote personnelle. A l'alinéa D-10 du rapport de 1949 publié par le Bureau fédéral de la Statistique, nous trouvons un écart de 9·4 à 14·7 pour les articles de plomberie et de chauffage; l'écart est de 9·6 à 17·3 pour les tissus vendus à la pièce; de 4·2 à 7·6 pour le tabac et la confiserie; de 5·6 à 8·4 pour les produits d'épicerie; si ces chiffres sont exacts, il semble bien que les frais des divers détaillants sont extrêmement variés?—R. Je me permets de vous signaler que c'est là pour moi un domaine inconnu; je ne sais de quels éléments constituants ces chiffres se composent. Dans notre propre secteur, nous ne rencontrons pas d'écarts aussi considérables. Les exemples cités couvrent-ils le Canada tout entier?

D. Oui, si je ne me trompe.—R. Nous constatons parfois pour nos articles un écart de 5 p. 100 quant au taux de transport dans l'Ouest et dans l'Est du Canada; il faut admettre en outre que les frais généraux des grands magasins diffèrent à l'extrême de ceux du petit détaillant.

D. Qui acquitte les taux de transport?—R. Le détaillant.

D. Ce qui constitue un élément de ses frais?—R. Oui. Dans l'Ouest du Canada la fixation des prix de revente est appliquée avec plus de rigueur et d'étendue que dans l'Est.

D. Je vous ai cité les sources; vous pouvez vérifier, si le cœur vous en dit. Voudriez-vous nous faire accepter l'idée que l'écart entre les frais ne doit pas être repassé au consommateur, si les distributeurs ou les détaillants le jugent bon? Doit-on permettre aux distributeurs ou aux détaillants de faire supporter au consommateur une fraction de l'écart, s'ils l'estiment utile?—R. Ma foi, monsieur, nous estimons qu'il ne s'agit pas pour le détaillant de rejeter sur d'autres le fardeau d'écarts insignifiants (à mon sens du moins ils ne peuvent être qu'insignifiants); il s'agirait de certains détaillants qui vendent leurs articles au-dessous du prix de revient afin d'en faire l'objet d'une concurrence à la baisse.

D. Ma question n'a rien à voir avec une concurrence à la baisse; elle est beaucoup plus simple. Voudriez-vous nous faire croire qu'il faut interdire aux détaillants, en vertu d'un accord privé conclu avec les fabricants, de faire payer une fraction de l'écart par d'autres? Doit-on le leur interdire ou les laisser libres d'agir à leur guise?—R. J'estime que les consommateurs devraient payer un prix raisonnable et qu'ils ne devraient pas être punis pour cela seul que les frais du détaillant sont trop élevés.

D. Mais à votre avis, les détaillants devraient-ils pouvoir repasser à d'autres une partie de leur marge de bénéfice, s'ils le jugent bon?—R. Je ne crois pas qu'on puisse leur permettre de nuire au fabricant qui leur a fourni ses marchandises.

D. En quoi un tel transfert de bénéfices serait-il nuisible au fabricant? —R. Si le détaillant a toute licence de baisser ses prix, les grandes entreprises de vente au détail s'arrangeront de manière à ce que les petits détaillants ne trouvent aucun bénéfice dans la vente de vos produits; vous ne trouverez pas de distributeurs.

D. Le régime actuel de la fixation des prix de revente a la conséquence suivante: le détaillant modeste ou peu habile réalise la même marge de bénéfice que le détaillant plus conséquent et plus compétent.—R. Pas toujours.

D. Permettez-moi de citer de nouveau les chiffres que j'ai déjà cités tout à l'heure: le commerçant dont les frais sont de 11·8 doit bien vendre ses produits

au même prix que celui qui a des frais de 19?—R. Cela ne veut pas dire nécessairement qu'ils aient tous deux la même majoration.

D. Ils vendent au même prix?—R. C'est bien cela.

D. A mon sens le système manque essentiellement de souplesse en ce qu'il accorde le même bénéfice à celui dont la majoration est de 19 et à celui qui en a une de 11·8—R. Je n'ai rencontré de cas semblable dans aucun secteur qui me soit familier.

D. Laissant de côté les données de l'expérience, je m'en tiens à ce qu'on peut logiquement présumer être les fruits d'un tel régime. Peut-on qualifier de souple un système qui accorde le même profit au moins compétent et à celui qui vend beaucoup et qui réalise une marge de bénéfice bien supérieure?—R. Je suis persuadé que si, dans un secteur quelconque on découvrait, qu'un groupe important de détaillants réalisaient des bénéfices indus, les fabricants s'en apercevraient et s'empresseraient de réduire la marge. Les fabricants n'ont pas intérêt à accorder des primes au commerçant incapable.

D. C'est pourtant bien ce qui se produit, n'est-il pas vrai? Si un écart existe entre les frais du commerçant compétent et ceux de son rival moins bien doué, c'est ce dernier qui en profite?—R. Du point de vue du fabricant, tout profit effectué par le détaillant l'est au détriment du fabricant lui-même.

D. Il est possible que mes questions manquent de clarté, mais vous n'y répondez guère. Je répète donc: sous notre régime actuel, le commerçant incompétent touche la même prime que son concurrent plus capable?—R. Pas nécessairement; il peut avoir acquis ses marchandises à un prix différent.

D. Qu'entendez-vous par l'expression: Les prix sont fixés également?—R. Les prix fixés sont les prix de vente, non les prix de revient.

D. Les prix de revient varient-ils avec des achats massifs?—R. Des achats en grandes quantités influeraient certainement sur les prix de revient.

D. Posons l'hypothèse de deux commerçants, achetant la même quantité de marchandises, au même prix; supposons qu'ils fassent affaire sur la base de frais différents.—R. C'est là une hypothèse purement imaginaire.

D. Patience, je vous prie. Le commerçant plus capable a les mêmes bénéfices et profite des mêmes avantages que celui qui est moins compétent. Vous avez licence de répondre par oui ou par non. Ma question est la suivante: le marchand moins habile profite-t-il de la même prime que son rival qui est un organisateur de premier ordre?—R. Mais c'est justement une de ces questions auxquelles on ne peut répondre par oui ou non.

M. HEES: Monsieur le président, sur un point de procédure; il me semble qu'on traite ici M. Taylor en vulgaire criminel.

Le PRÉSIDENT: L'avocat-conseil du comité a posé la même question à trois reprises. Tous les membres du comité, ainsi que toutes les ménagères canadiennes, savent qu'il y a des magasins où tout marche à merveille et d'autres qui végètent.

M. HEES: Je proteste contre le ton de cet interrogatoire.

Le PRÉSIDENT: Le témoin n'a toujours pas répondu à la question posée.

M. HEES: Il n'a pas eu la chance de lui répondre; il n'a pas pu parler. Je ne m'oppose pas à la question, je m'élève contre la façon dont elle est posée; on le traite comme un criminel.

L'hon. M. GARSON: Mon honorable ami n'a pas à prendre cette attitude uniquement parce que la chose ne lui revient pas.

M. FLEMING: Il s'agit de savoir si la réponse est exacte ou complète. Le témoin a avoué franchement que les questions posées par M. Phelan ne permettent pas de répondre par un oui ou par un non, tout en faisant aussi observer que les dernières questions se fondent sur de pures spéculations. Si la question repose

sur une hypothèse, il est évident que le témoin n'est aucunement tenu de procéder de la même façon; il est injuste de l'accuser de se dérober aux questions.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Fleming, la question qu'a posée M. Phelan, tous les membres de notre comité l'ont à l'esprit, sauf peut-être un seul. Nous savons tous que certains établissements seront bien exploités et que d'autres ne le seront pas. Je crois que plusieurs membres du Comité répondraient eux-mêmes volontiers à la question qui est loin d'être purement hypothétique. Le témoin doit répondre oui ou non ou formuler des réserves.

M. HEES: Je demande tout simplement que le témoin puisse se faire entendre sans qu'on l'interrompe.

Le PRÉSIDENT: Le témoin n'a pas été interrompu, si ce n'est à propos de la dernière question. M. Phelan a posé sa question pour la troisième fois sans obtenir de réponse.

M. FLEMING: Vous vous écartez de vos fonctions de président. Laissez-moi vous dire que nous ne cherchons ici qu'à nous montrer équitables dans nos décisions ainsi qu'envers les personnes qui viennent témoigner devant nous. Il nous appartiendra de juger si le témoin a rendu un témoignage complet, mais j'estime très injuste de la part de quiconque au Comité de prétendre qu'un témoin tente de ne pas répondre aux questions.

Le PRÉSIDENT: Je n'ai pas dit cela.

M. FLEMING: C'est ce que vous laissez entendre.

Le PRÉSIDENT: Je ne donne à entendre rien de tel.

M. HEES: Laissons le témoin nous répondre.

Le PRÉSIDENT: Si nous avons fait appel aux services d'un avocat, c'est entre autres raisons parce qu'il pouvait poser des questions qui préoccupaient généralement les membres du Comité et pour accélérer nos délibérations.

M. THATCHER: Pourquoi n'a-t-il pas interrogé M. McGregor?

Le PRÉSIDENT: S'il n'a pas posé de questions à M. McGregor c'est parce que chaque membre du Comité a eu pour sa part, l'occasion de l'interroger. Si le Comité dispose d'un avocat, c'est pour hâter ses travaux parce que certains membres ne perdent pas leur temps. Au début de l'interrogatoire, certains témoins ont avoué qu'il y a une différence dans les frais d'exploitation de divers commerçants ayant le même volume d'affaires. M. Phelan a posé la question à trois reprises sans obtenir de réponse. Je prétends qu'en ma qualité de président, j'ai le droit de juger si les questions sont recevables. La question est posée pour la troisième fois.

M. PHELAN: Je laisse au témoin la faculté de dire qu'il ne peut répondre par oui ou par non; au Comité d'en juger.

M. HEES: Monsieur Phelan, vous l'avez interrompu en lui posant immédiatement une autre question.

M. FLEMING: Je propose qu'on permette au témoin de présenter ses observations.

Le TÉMOIN: Je me rends compte que M. Phelan me pose une question capitale. Bon nombre de gens s'imaginent qu'en assurant un bénéfice au marchand incompétent, le régime de fixation des prix de revente permet au marchand compétent de réaliser un profit déraisonnable. Il n'en est pas ainsi en pratique. A mon avis, le détaillant incompétent ne réalise pas de bénéfices sur ses articles à prix fixes; en revanche, le détaillant compétent n'obtient pas un bénéfice anormal, mais un bénéfice normal et rien de plus. Aux yeux du fabricant, c'est lui-même et non pas le public qui fait les frais de la marge de bénéfice accordée au détaillant; il ne permettra certes à aucun détaillant de réaliser des bénéfices supérieurs à ceux que le détaillant compétent doit obtenir afin de continuer ses affaires.

M. Phelan:

D. Est-ce là, monsieur Taylor, votre réponse complète?—R. Oui, monsieur.

D. J'aurais donc tort de penser que la fixation des prix de revente tente en quelque sorte à maintenir en affaires les détaillants incompétents.—R. Parfaitement, monsieur. Les fabricants ne peuvent se permettre de soutenir des détaillants incompétents.

D. J'aimerais ensuite appeler votre attention sur le passage qui figure au haut de la page 3 où vous dites: "La conclusion défavorable du comité MacQuarrie selon laquelle la fixation des prix de revente augmente les prix et entrave indûment la concurrence au détail se fonderait sur le postulat voulant que le gros détaillant soit nécessairement plus compétent que le petit détaillant." Est-ce là votre conclusion?—R. Oui, monsieur.

D. Quant au sens du rapport du comité MacQuarrie?—R. Il semble s'appuyer sur cette hypothèse.

M. SHAW: Puis-je demander au témoin de parler un peu plus haut car nous avons peine à l'entendre?

Le TÉMOIN: Je vais essayer, monsieur.

M. Phelan:

D. Permettez que je lise le passage du rapport MacQuarrie qui figure dans la première moitié de la page 20, pour voir si votre allégation est justifiée:

> Une telle pratique représente une restriction indue pour les distributeurs dont les frais sont peu élevés, car elle contraint tous les détaillants à vendre à un prix uniforme, quels que soient leurs frais d'exploitation. Les services, qui sont les véritables produits offerts par les distributeurs, diffèrent tant par leur qualité que par le coût. C'est pourquoi il est préjudiciable à ceux des commerçants dont les frais sont peu élevés et à l'ensemble de la collectivité de contraindre tous les détaillants à dispenser leurs services au même prix.

Voyez-vous quelque chose dans ce passage indiquant que le comité MacQuarrie a fondé ses conclusions sur la compétence ou sur les prix?—R. Je constate qu'il a fondé ses conclusions sur une fausse conception de ce qui se passe vraiment dans les affaires. Il semble prendre pour acquis que la plupart des articles tombant sous le régime de la fixation des prix de revente peuvent indifféremment être vendus dans les établissements de nouveautés à prix élevés ou dans les sous-sols affectés aux aubaines—et que n'importe quel détaillant peut choisir entre ces méthodes de vente. Ce n'est tout simplement pas çà. Je ne crois pas que les paletots Burberry puissent être mis en vente, avec succès, dans le sous-sol consacré aux aubaines à n'importe quel prix, à n'importe quel prix réalisable. Je ne crois pas que l'établissement qui vend des articles de nouveauté à prix élevés réussisse la vente de vêtements de travail; il n'aurait pas de clients.

D. Soutenez-vous toujours le point de vue exprimé dans votre mémoire, à savoir que le comité MacQuarrie a assumé que le gros détaillant était nécessairement plus compétent que le petit détaillant? Vous en tenez-vous encore à cette opinion?—R. C'était là ma pensée.

D. Le pensez-vous encore—après m'avoir entendu lire le passage de la page 20?—R. Oui.

D. Très bien. Auriez-vous quelque idée du pourcentage total d'affaires réalisées par les membres de votre association sous le régime de la fixation des prix de revente?—R. Non monsieur.

D. Vous n'en avez aucune idée?—R. Non.

D. Reconnaissez-vous que cette pratique n'a cessé de se développer dans ce commerce depuis dix ans environ?—R. Non, monsieur. J'ai peine à croire qu'il en soit ainsi.

D. On nous a dit pourtant que dans certains domaines, celui de l'électricité, par exemple, elle porte sur 80 à 90 p. 100 des affaires; sur 90 p. 100 des affaires dans le cas du matériel des salons de beauté et sur 60 p. 100 du commerce des pharmacies.—R. Voici sur quoi se fonde ma réponse. Quand il s'agit de produits qui se prêtent à la fixation des prix de revente, le régime est tout aussi bien vu des fabricants que des détaillants. J'en conclus que même dix ans ou cinq ans passés la fixation des prix de revente visait probablement tout article auquel on jugeait bon de l'appliquer. Quant à nous, nous ne l'avons appliquée à aucune nouvelle série de nos produits depuis vingt ans.

D. Mais le volume des ventes, dans vos catégories, n'a-t-il pas augmenté depuis vingt ans?—R. Oui, monsieur, de même que celles de toutes les autres catégories.

D. Une dernière question, à propos du problème de l'article sacrifié signalé dans votre mémoire et de ses répercussions sur la concurrence. Je suppose qu'on n'aurait pas tort de s'en rapporter à l'année 1929 pour apprécier les effets de la concurrence sur les affaires. J'ai en main le rapport de la Chambre internationale de commerce pour l'année 1929, rapport qui se fonde sur ceux de la maison Bradstreet; au sujet de la cause des faillites survenues en 1929, il mentionne tout simplement ceci: concurrence de tous genres, loyale, déloyale et ordinaire—3·9 p. 100. Cela ne donne pas, n'est-ce pas, un fort total?—R. Non, monsieur.

D. Si du pourcentage de 3·9 p. 100, vous retranchez tous les autres éléments sauf celui de l'article sacrifié, il ne resterait n'est-ce pas qu'un bien faible pourcentage de faillites dues à l'article sacrifié?—R. Bien sûr, mais je me demande si 1929 était bien une année caractéristique.

D. J'ai pensé que c'était une bonne année à relever pour l'examen des conditions économiques et commerciales?—R. Vous avez peut-être raison, mais je me rappelle que l'année 1929 a été une excellente année commerciale; et celui qui a dû se retirer des affaires cette année-là ne pouvait être qu'un bien piètre commerçant.

Le PRÉSIDENT: C'est au tour de M. Fleming.

M. Fleming:

D. D'après vous monsieur Taylor, quel serait le résultat pour le consommateur de la suppression immédiate de la fixation des prix de revente en autant qu'elle s'applique aux catégories générales de produits que vos propres affaires vous amènent à connaître et qui tombent actuellement sous ce régime?—Je vous prierais de me répondre en envisageant d'abord une suppression immédiate, puis une suppression lointaine.—R. Je crois que l'abolition immédiate des prix de revente entraînerait la vente à sacrifice de tous nos produits à prix fixes, si bien que nombre de nos clients actuels n'auraient plus intérêt à vendre notre marchandise. Nous devrions ou nous appuyer sur un groupe beaucoup plus restreint de détaillants ou ouvrir nos propres débouchés. De toute façon, je suis fermement convaincu qu'une fois que l'article sacrifié aura atteint son but, qui est de réduire la concurrence au détail, les détaillants qui auront survécu profiteront de leur situation pour augmenter leur marge de bénéfices et que la diminution de la concurrence au détail se traduira en fin de compte par une majoration des prix à la consommation.

D. Combien de temps devra-t-il s'écouler entre la phase initiale et celle de la montée des prix consécutive à l'élimination de la concurrence?—R. Je n'en ai aucune idée. Je ne crois pas que nous ayons un cas représentatif. Je sais qu'à Hamilton un magasin a abaissé ses prix pendant quelques jours pour les rétablir ensuite, je crois. Aux États-Unis, dans un cas on a proposé des prix réduits pendant une semaine ou deux pour les ramener ensuite, si j'ai bien compris, à leur niveau antérieur.

Nous ne saurions que conjecturer, car personne ne sait ce qui se produira. Nous n'avons aucun précédent à signaler. Comme la fixation des prix n'a jamais été interdite nulle part, nous n'avons aucun élément sur lequel faire porter nos observations. Disons, si vous voulez, que le Canada prendra l'initiative de dire au monde entier: voici, nous allons prescrire une pratique commerciale générale et partout utilisée.

M. THATCHER: Puis-je poser une question?

Le PRÉSIDENT: Si M. Fleming vous y autorise, car c'est son temps de parole.

M. Fleming:

D. Qu'on me laisse poursuivre mon interrogatoire. Vous avez exprimé la crainte qu'on n'offre comme articles sacrifiés les articles actuellement assujétis à la fixation des prix de revente. Qu'est-ce qui vous fait craindre qu'on choisisse ces articles plutôt que les produits à prix libres pour les vendre comme articles sacrifiés?—R. Parce que si les détaillants le voulaient, ils pourraient vendre dès maintenant à perte les articles dont les prix ne sont pas fixés. Ils ont toute liberté à cet égard. Ils n'auraient intérêt à le faire que si l'on avait réussi à leur donner une certaine valeur aux yeux du public.

D. Donc l'article sacrifié ne vaut que si l'on réussit à créer dans l'esprit du public l'impression qu'il peut se procurer certains articles à moindre prix qu'il n'a l'habitude de les payer?—R. Parfaitement.

D. A-t-on examiné l'à-propos de légiférer en vue d'abolir ou d'interdire le recours à l'article sacrifié? Avez-vous étudié, par exemple, la mesure législative dans ce sens que M. Croll a présenté lors de la dernière séance?—R. Oui, monsieur. Je puis affirmer que toute mesure législative autorisant un détaillant à ne réaliser qu'un bénéfice de 5 p. 100 sur son prix de revient ne représenterait aucune protection pour les autres détaillants.

D. Puisque vous avez étudié la législation proposée, croyez-vous qu'elle soit pratique et qu'elle puisse être appliquée?—R. A mon avis, légiférer sur l'article sacrifié présente de grandes difficultés à cause du mobile à l'origine de cette pratique, élément qu'il est très difficile au tribunal de déterminer.

Le commerçant qui a une surabondance de marchandises en magasin doit pouvoir les écouler. Dans notre domaine, nous ne nous opposons jamais à ce qu'un détaillant dont la situation difficile a été constatée réduise ses prix pour se tirer d'affaires.

D. Ne pourriez-vous nous présenter des observations d'ordre plus général sur les possibilités de faire observer la mesure législative dont nous parlons actuellement?—R. Non. Ce que nous en avons vu nous semble sans aucun doute inefficace. Aussi sommes-nous amenés à conclure à nouveau que nous ne connaissons d'autre mesure de protection que la fixation des prix de revente.

D. Eh bien, ce matin, M. Phelan a employé le mot "inélastique" en parlant de la méthode ou pratique actuelle de fixation des prix de revente. Que pensez-vous d'une mesure législative destinée à interdire la prétendue pratique de l'article sacrifié?—R. Je ne saurais me prononcer avant d'avoir examiné la législation proposée. Nous avons naturellement examiné la question de savoir quelle forme donner à une telle législation sans cependant aboutir à aucune proposition satisfaisante. Ce qui nous ramène je le répète, à conclure que la seule mesure de protection que nous connaissions contre la vente à perte consiste dans la fixation des prix de revente.

D. Plus tôt, vous avez dit que les gros magasins s'accordaient une plus large marge de bénéfices que le détaillant ordinaire et qu'ils en font retomber le fardeau sur le fabricant qui les approvisionne. Pouvez-vous nous indiquer des pourcentages précis afférents à des cas particuliers?—R. Je préférerais ne pas mentionner de pourcentages, si on me le permet. Ma déclaration se fonde sur l'expérience acquise dans notre domaine en comparant d'une part nos prix de vente aux détail-

lants et leur prix de revente,—dans le cas des détaillants indépendants et des autres,—en voyant à quel niveau ils établissent librement leurs prix.

D. Avez-vous l'habitude de comparer, par exemple, les prix de la maison Eaton avec ceux d'autres magasins de détail?—R. Oui.

D. Il s'agit là d'une conclusion générale que vous tirez de l'examen de leurs chiffres, n'est-ce pas?—R. Oui, monsieur. D'autres fabricants m'ont dit la même chose.

D. Ma dernière question a trait à votre affirmation, d'après laquelle l'abolition de la fixation des prix de revente amènera les fabricants à se lancer dans le commerce de détail. Pourriez-vous nous fournir des renseignements plus précis, nous permettant de juger de l'étendue du péril et du risque qu'il y a de voir cette pratique se répandre parmi les fabricants?—R. Monsieur, vous me demandez de résoudre un problème qui est pour nous entièrement nouveau. A mon sens, nous serions forcés d'adopter la tactique commerciale de la Compagnie des machines à coudre Singer par exemple et d'ouvrir des filiales dans des lieux divers. Si vous vouliez acheter un réfrigérateur McClary, vous devriez vous adresser à l'un de ces magasins dont nous aurions la propriété et l'administration. Le nombre de nos succursales n'atteindrait pas celui des boutiques qui vendent actuellement des réfrigérateurs McClary; mais nous nous efforcerions d'en ouvrir assez pour que le volume de nos transactions commerciales fût suffisant.

D. Quel serait l'effet de ces pratiques sur les prix de vente aux consommateurs?—R. Ma foi, les prix ne descendraient pas au-dessous de leur niveau actuel, à moins que nous ne nous révélions meilleurs détaillants que les détaillants existants. Pour ma part, ayant des affaires une expérience longue et variée, je suis porté à croire qu'il existe très peu de gens possédant à la fois le talent de fabricant et de détaillant.

D. Par conséquent, pour résumer . . .

R. Je suis convaincu que nous ne saurions aucunement obtenir un meilleur rendement que le détaillant compétent actuel et que nous ne pourrions donc vendre à plus bas prix.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Fleming, posez votre dernière question.

M. Fleming:

D. Dans le commerce de détail, l'importance de l'entreprise est-elle signe de bon rendement?—R. Non monsieur. L'ampleur de l'entreprise n'est pas l'indice de son bon rendement, dans aucun domaine.

D. On a mentionné ce matin, au cours de votre interrogatoire, que le gros détaillant était plus compétent que le petit, dont les méthodes sont inefficaces. Dois-je comprendre que, vu les circonstances actuelles, vous n'êtes pas disposé à vous rallier à cet avis?—R. Non, monsieur, c'est une conception erronée.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Fleming. A votre tour, monsieur Shaw.

M. Shaw:

D. Monsieur Taylor, pouvez-vous définir l'article sacrifié dont on a parlé? —R. J'essaierai, monsieur le président. Par article sacrifié, j'entends l'article vendu plus bas que le prix de revient avec l'arrière-pensée d'écouler en même temps d'autres produits.

D. Quand vous dites "plus bas que le prix de revient" songez-vous au fabricant ou au détaillant?—R. Je m'excuse, mais je croyais que votre question portait sur la vente au détail.

D. Très bien. Votre réponse vaut alors pour le commerce de détail?—R. Parfaitement.

D. Je ne suis pas sûr que vous ayez employé le mot "proposé" à propos de la fixation des prix au détail, mais la plupart des représentants d'organismes qui ont

comparu devant nous se sont servis de l'expression "établissement des prix de détail proposés". Employez-vous cette expression ou est-ce l'Association des manufacturiers canadiens qui l'utilise?—R. Cet organisme n'ayant rien à voir aux prix ou conditions de vente n'a donc rien à dire à cet égard.

D. A titre de fabricant, employez-vous l'expression "prix de détail proposés"?—R. Pour être précis, je dirai que nous parlons de "prix courant".

D. Sur le chapitre du respect des prix fixés, voulez-vous préciser vos réponses précédentes au sujet du respect des prix courants de détail, du point de vue du fabricant?—R. A ma connaissance, nous n'avons jamais usé de représailles à l'égard d'aucun détaillant.

D. A en juger par vos réponses antérieures, votre méthode de faire respecter la fixation des prix est plutôt large, souple, si vous voulez. Est-ce exact?—R. Je n'irai pas jusqu'à dire que les prix de nos séries de produits à prix fixes sont élastiques,—sauf peut-être dans la présente situation chaotique où se trouve notre industrie. A l'heure actuelle, nous tentons un effort désespéré pour vendre nos produits et dans bien des cas nous les vendons à perte, de même que le détaillant.

D. Si je comprends bien, vu le prétendu marasme qui existe actuellement, vous avez autorisé les détaillants à réduire leurs prix lorsqu'il leur était nécessaire de liquider de gros stocks? Vous avez agi ainsi en raison de la situation chaotique actuelle?—R. Cette pratique est très répandue en raison de l'état de choses actuel. Il peut arriver que la même situation surgisse occasionnellement dans d'autres circonstances, mais alors nous n'intervenons jamais. Nous aurions grandement tort, nous semble-t-il, d'intervenir pour empêcher le détaillant de se tirer d'un mauvais pas.

D. En êtes-vous encore à la situation chaotique actuelle?—R. Non, monsieur. Je n'aime pas dire qu'il s'agit de conditions normales car nous les attendons depuis si longtemps. Toutefois, lorsque les affaires sont plus prospères qu'elles ne sont maintenant, un détaillant se trouve parfois dans une situation financière difficile; nous ne l'empêchons sûrement pas de s'en tirer.

D. Savez-vous si certains fabricants s'opposent aujourd'hui à la réduction du prix de revente de certaines denrées, même si les conditions sont, à certains égards, chaotiques? Connaissez-vous des fabricants canadiens qui se refusent actuellement à autoriser la réduction des prix fixés?—R. D'après mes observations on ne s'y oppose pas dans notre industrie car la réduction des prix se pratique sur une vaste échelle. Bien entendu, ce n'est pas un sujet que j'aborde avec mes concurrents.

D. Reconnaissez-vous que dans la situation actuelle la fixation des prix de revente ne rime pas à grand chose?—R. Elle ne présente guère d'utilité en ce qui concerne nos produits.

D. Dans votre propre domaine de fabrication, elle ne représente pas un élément capital?—R. Je ne songe pas aux circonstances actuelles; j'espère que le présent état de choses ne se prolongera pas indûment.

D. Vous avez bien dit qu'il fallait de temps à autre adoucir les conditions posées à l'égard de la fixation des prix de revente?—R. Parfaitement.

D. Vous avez dit que 37 p. 100 de votre production se vendait à prix fixe; s'agit-il de la valeur en dollars?—R. Oui.

D. Vous avez dit aussi que certains articles se prêtaient à la fixation des prix de revente: poêles, réfrigérateurs et différentes catégories d'ustensiles ménagers. Qu'entendez-vous par cette observation d'après laquelle certains de ces articles se prêtent naturellement à cette méthode?—R. Je veux dire que dans certaines catégories règne une parfaite uniformité.

D. A l'égard de quoi?—R. Des produits.

D. Songez-vous à la qualité?—R. A la qualité et aux caractéristiques des produits, ce qui est peut-être la même chose. Prenons par exemple une cuisinière

électrique McClary modèle 25; c'est exactement la même cuisinière qu'on trouvera dans le magasin de M. Jones ou de M. Smith.

D. Certains de vos produits dont vous ne fixez pas actuellement les prix pourraient-ils éventuellement tomber sous le coup de la fixation des prix?—R. Je ne dirai rien de tel, bien que rien ne soit impossible. J'ai déjà signalé que depuis vingt ans, nous n'avions effectué aucun transfert d'une catégorie à l'autre.

D. Je vous demande d'exprimer une opinion.—R. Non, monsieur. En ce qui nous concerne, je doute que nous souhaitions étendre la pratique de la fixation des prix de revente.

D. S'il existait une tendance quelconque, croyez-vous que ce serait dans le sens de l'extension de la pratique ou dans le sens contraire?—R. Dans le sens de l'extension de la pratique si nous décidions de fabriquer des catégories plus nombreuses de cuisinières et de réfrigérateurs. Supposons, par exemple, que nous nous mettions à fabriquer des congélateurs, des machines à laver automatiques, des aspirateurs, etc., nous aboutirions probablement à la conclusion qu'il y a lieu de fixer les prix de ces articles.

D. A titre de fabricant, constatez-vous que les produits similaires fabriqués par divers manufacturiers tendent vers une uniformisation croissante? Y-a-t-il une tendance progressive vers la normalisation de deux produits et leur plus grande égalité; la concurrence joue-t-elle dans ce sens?—R. Voilà une autre question à laquelle on ne peut répondre par un oui ou un non. Tous les fabricants s'efforcent de donner à leurs produits des caractéristiques que n'ont pas les produits rivaux. Dès que l'innovation a fait ses preuves, le concurrent désire en faire profiter son produit, d'où un nouveau rapprochement des deux articles.

D. Parlant de la maison T. Eaton, vous l'avez, je crois, critiquée. N'avez-vous pas dit que tout en étant en mesure d'effectuer des achats massifs, elle n'en faisait pas d'une manière générale profiter ses clients?—R. Nous avons fait observer qu'elle réalisait une marge de bénéfices plus élevée que celle de la moyenne des petits détaillants.

D. Accordez-vous une remise aux détaillants qui font de gros achats chez vous?—R. Oui, monsieur.

D. Sous le régime de la fixation des prix de revente, le bénéfice afférant aux achats massifs irait-il au détaillant?—R. Oui, En règle générale, celui qui achète en plus grande quantité obtient des prix plus bas.

D. Votre ligne de conduite est assez souple, à ce que je vois, bien que dans de nombreux cas elle soit appliquée avec une certaine rigueur. Je ne veux mentionner aucune société, mais ne croyez-vous pas qu'en de telles circonstances, les avantages que le détaillant retire de ses achats massifs devraient aller au consommateur.—R. S'il y a fixation de prix, et tant qu'elle dure, le détaillant ne peut faire profiter le consommateur de sa compétence, ni lui infliger les résultats de son impéritie. Je ne crois pas que l'épithète "rigide" puisse, en toute justice, s'appliquer à la fixation des prix de revente. Les prix des denrées en cause varient et cela pour diverses raisons. Le fabricant doit continuellement soutenir la concurrence de ses rivaux et abaisser ses prix s'il se rend compte qu'il les a fixés trop haut.

D. Je parlais de la même denrée. Prenons par exemple le commerçant A qui vend des poêles fabriqués par vous. Étant en mesure de vous acheter douze poêles, il bénéficie donc d'une remise sur le prix d'achat. Est-ce que la stricte application du régime de la fixation des prix de revente ne lui interdirait pas de vendre ces poêles au consommateur à plus bas prix que John Smith du village voisin qui en vend peut-être deux. N'est-ce-pas ce qui découlerait d'une stricte application dudit régime?—R. Oui.

M. Jutras:

D. Mes questions feront suite à celles de M. Fleming. N'avez-vous pas indiqué tantôt, en parlant, je le suppose, des fabricants en général, que pour votre part vous doutiez fort que les fabricants pussent vendre eux-mêmes plus économiquement leurs propres produits au consommateur qu'en s'en tenant à la méthode actuelle qui comporte le truchement du distributeur et du détaillant indépendant. Est-ce exact?—R. Ce n'est pas là l'avis de l'Association des manufacturiers canadiens. Ce n'est pas sur un tel sujet qu'on formulerait une opinion. En ma qualité de fabricant, j'exprimais une opinion personnelle fondée sur une hypothèse.

D. Je parlais de l'opinion des fabricants en général, non pas de votre association en tant que telle. En d'autres termes, les fabricants en général sont-ils d'avis, que le système comprenant distributeurs et détaillants indépendants a du bon?—R. Oui.

D. Règle générale, vous estimez cette pratique souhaitable?—R. Sans aucun doute.

D. Puisqu'il en est ainsi, j'ai peine à comprendre comment on peut concilier la pratique de la fixation des prix avec l'idée de détaillants indépendants. Lorsque le régime de la fixation des prix reçoit une application plus générale qu'à l'heure actuelle, lorsqu'un détaillant, par exemple, voit 90 p. 100 de ses articles assujétis à la fixation des prix, ne se trouve-t-il pas privé de son indépendance et ne devient-il pas plus ou moins un employé de son fournisseur?—R. Je ne pense pas qu'il en soit ainsi. Très rares sont les cas—pour ma part je n'en connais aucun—où le détaillant n'achète que d'un seul fabricant. Il achète généralement les produits d'un certain nombre de fabricants et, de plus, change souvent de fournisseurs. S'il constate que la vente des produits du fabricant A est plus profitable que celle du fabricant B, il laisse B pour A.

D. Je comprends votre point de vue bien qu'il s'inspire de cette souple ligne de conduite déjà mentionnée. Si j'envisage l'avenir je suis naturellement porté à penser que l'application de cette méthode deviendra de plus en plus sévère à mesure qu'elle se généralisera. Que le fabricant change ses prix, le détaillant n'en est pas moins, en tous temps, soumis aux directives directes du fabricant pour ce qui est de son produit. Si 90 p. 100 de ses articles sont à prix fixes, il devra suivre les instructions non pas d'un seul fabricant, mais de dix, de quinze ou de vingt ou d'un nombre correspondant aux séries d'articles qu'il vend; or je ne vois pas, dans ce cas, comment il pourrait agir comme vous dites.—R. Si vingt fabricants s'efforcent de lui vendre leurs produits, je puis vous assurer qu'il aura son mot à dire.

D. Sous le régime de la fixation des prix de vente?—R. Oui.

D. Vous avez dit tantôt à l'avocat du Comité que les fabricants ne pouvaient soutenir des détaillants incompétents. Je présume que cela est exact mais je me demande comment la chose s'effectue sous le régime de la fixation des prix de revente?—R. C'est que le fabricant s'efforce de réduire la marge de bénéfices du détaillant au plus bas niveau possible.

D. En d'autres termes, pour obtenir ce résultat, on fixerait une marge assez élastique pour éliminer le détaillant incompétent?—R. Oui, monsieur, tel serait le résultat de cette méthode. Nous établissons une marge de bénéfices suffisant tout juste à assurer la vente rentable de nos produits.

D. Oui, mais si vous réduisez la marge de bénéfices à la limite extrême, n'encouragez-vous pas le détaillant qui a un volume d'affaires considérable et cela ne devient-il pas, du moins pour le détaillant, une simple question de volume puisque l'étroitesse de la marque qui lui est allouée exige un gros débit?—R. Non, monsieur, je croyais avoir déjà précisé ce point, mais je vais répéter mes explications. Le fabricant qui vise à étendre la distribution de ses produits estime que pour atteindre cette fin il lui faut non pas quelques détaillants seulement mais

une foule de commerçants; or, s'il abaisse la marge de bénéfices qu'ils réalisent au point qu'un nombre considérable de détaillants n'auront aucun intérêt à vendre ses produits il va à l'encontre de son propre intérêt, ce dont il se gardera bien.

L'hon. M. Garson:

D. Dans l'exemple que vous venez de donner, vous parlez de vingt fabricants se disputant la clientèle d'un détaillant. Maintenant, supposons que fonctionne à fond un régime de fixation des prix de revente, je vous demande si la concurrence repose sur d'autres éléments que les possibilités de bénéfices que les vingt fabricants rivaux peuvent offrir au détaillant?—R. N'est-ce-pas ce qui intéresse le détaillant?

D. Tous les fabricants en question se feraient donc concurrence pour offrir les bénéfices les plus considérables au détaillant?—R. Parfaitement.

D. Croyez-vous que cet état de choses vise à offrir la meilleure valeur au consommateur?—R. Vous auriez tout à fait raison si le fabricant se faisait l'idée que pour se concilier le détaillant il doit lui accorder une bonne marge de bénéfices. Mais ce n'est pas là la conception du fabricant; pour assurer le profit du détaillant, il lui fournit de bons produits à un prix auquel il pourra les vendre, c'est-à-dire qu'il doit fixer au détaillant un prix à la fois raisonnable et acceptable par le consommateur.

D. Le commerce des produits pharmaceutiques nous en a fourni l'autre jour quelques exemples. A en juger par les annonces extraites de ses publications commerciales, il semble qu'on désire souligner surtout le premier aspect de cette méthode, celui qui a trait aux marges de bénéfices. Un fabricant offrait au détaillant 75 p. 100 de bénéfices, l'autre 100 p. 100. De là on était irrésistiblement amené à conclure que c'était surtout là-dessus que jouait la concurrence. Croyez-vous qu'il s'agisse là d'une coutume générale dans le cadre de la fixation des prix de revente?—R. Monsieur, voilà encore une question à laquelle je ne peux répondre par oui ou par non.

D. Répondez comme vous voulez ou même pas du tout si vous n'y tenez pas.—R. Les détaillants sont très chatouilleux sur le chapitre de leurs marges de bénéfices et ils se montrent très hostiles dès qu'on donne à entendre qu'ils devraient exploiter leur entreprise en se contentant d'un bénéfice moindre. Comme chacun peut le constater, je pense, le fabricant tient à vendre ses produits; il veut en produire une grande quantité et pouvoir les écouler, or, la clef de ce problème réside dans le prix fait au consommateur. Il n'y a pas longtemps nous vendions un réfrigérateur $462. Nous avons pensé que nous le vendrions plus facilement si nous le mettions à $419. Certains de nos détaillants ayant quelques-uns de ces réfrigérateurs en magasin n'ont pas du tout aimé notre manière d'agir, mais nous avons estimé qu'il y allait de leur intérêt aussi bien que du nôtre. Nous avons jugé qu'il valait mieux vendre certains de ces réfrigérateurs à bénéfice moindre que de les garder en magasin. Voilà pourquoi, comme je l'ai déjà expliqué, le fabricant ne s'amuse pas à menacer les détaillants de réduire leur marge de bénéfices. Il est plutôt porté à utiliser la méthode de vente qui consiste à convaincre le détaillant qu'on a pour lui tous les égards. Il importe fort que le détaillant se sente assuré de la sympathie du fabricant.

D. Qu'il touche une forte marge de bénéfices?—R. Non pas une forte marge.

M. HEES: Une marge raisonnable.

L'hon. M. GARSON: Raisonnable au sens que M. Hees donne à ce mot.

L'hon. M. Garson:

D. Dans une partie antérieure de votre témoignage, n'avez-vous pas dit que vos transactions avec de puissants détaillants comme la maison Eaton vous avaient appris qu'ils se montraient habituellement assez exigeants et qu'ils vous

contraignaient d'accepter un bénéfice moindre que celui que vous réalisiez sur vos transactions avec d'autres détaillants.—R. Je tiens à souligner la fausseté de la conclusion à laquelle a abouti le Comité MacQuarrie et qui serait aussi celle, je pense, de celui qui lirait le mémoire de la maison T. Eaton, à savoir qu'un gros détaillant comme la maison Eaton regimbait contre les prix. Il dit en fait "J'aimerais vendre ces articles à un plus bas prix". Quand il s'agit d'articles à prix fixes, nous veillons à ce qu'ils ne s'en écartent pas.

D. J'ai eu l'impression, que je vous prie de rectifier si elle vous semble fausse, que vous préfériez faire des affaires avec un groupe de détaillants indépendants dont vous pouvez fixer vous-mêmes les prix plutôt que de chicaner sur les prix avec un client aussi peu commode qu'Eaton. Mon impression est-elle juste?—R. Voici, monsieur, si j'ai quelque chose à vendre, je préfère avoir affaire à quelqu'un dont je pourrai obtenir le meilleur prix.

D. Je ne songe pas ici nécessairement à votre société ou organisation, mais ne pourrait-il se faire que le fabricant soit lui aussi très puissant et que dans l'intérêt des consommateurs il serait bon que le détaillant, qui constitue son débouché, puisse aussi jouer une forte partie?—R. De quel gros fabricant parlez-vous?

D. Je ne songeais ni à votre société ni à quelque compagnie en particulier, mais à un fabricant quelconque qui serait beaucoup plus puissant que le détaillant ou le grossiste indépendant. Mais en matière de fixation des prix par le fabricant, abstraction faite de l'élément de concurrence dont le fabricant doit tenir compte s'il veut que ses produits soient distribués, ne fixe-t-il pas le prix et en même temps la marge de bénéfices du détaillant?—R. Il serait mieux de dire qu'il fixe les prix de temps à autre.

D. Dans vos négociations avec la maison T. Eaton, vous n'aurez pas fixé les prix, si je comprends bien. Dans ce cas, les prix auraient été fixés à deux, est-ce vrai ou faux?—R. Toute négociation avec un client soulève la discussion du prix qu'il sera appelé à payer pour les marchandises en cause; or, le détaillant qui a les meilleurs moyens de distribution se trouve en meilleure posture pour marchander.

D. Ce serait là l'un des moyens qui assureraient peut-être un bon prix au consommateur? Est-ce exact?—R. Sans aucun doute. Peut-être.

Le PRÉSIDENT: Vous avez d'abord répondu: "Sans aucun doute". Le compte rendu en témoignera.

Le TÉMOIN: Qu'on maintienne ma réponse.

M. Boucher:

D. Avez-vous certaines catégories d'articles à prix non fixés?—R. Oui, certains produits portant notre nom qui se trouvent sur le marché depuis de nombreuses années. Par exemple, les articles galvanisés Eureka, les articles émaillés Regent, les ustensiles en aluminium Jewell, etc.

D. Avec quelle fréquence ces articles servent-ils à des ventes à perte?—R. Ces articles n'ont jamais été utilisés à de telles fins, autant que nous sachions.

M. HEES: Monsieur le président, je désire d'abord vous poser une brève question. Pouvez-vous m'expliquer, ce que je vous demande en toute sincérité, pourquoi le Comité a retenu les services d'un avocat? Est-il censé jouer le rôle d'un interrogateur impartial ayant pour mission d'appeler l'attention des membres du Comité sur certains points ou est-il là pour faire valoir le point de vue du Gouvernement?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees, le Comité, comme tous les autres, a retenu les services d'un avocat pour le charger de poser un ensemble de questions qui préoccupent généralement la plupart des membres du Comité et par là épargner du temps. L'avocat peut consacrer beaucoup plus de temps à l'étude des mémoi-

res et de la question en cause que les membres du Comité qui ont des fonctions à remplir en qualité de membres du Parlement. Nous n'avons pas tous eu le temps d'examiner les rapports du Bureau fédéral de la Statistique sur les variations de rendement des débouchés de détail.

M. HEES: J'avais bien l'impression que tel était son rôle, mais il ne fait, je crois, de doute pour personne qu'il s'est fait ici l'avocat du Gouvernement.

Le PRÉSIDENT: C'est là votre opinion, monsieur Hees.

M. HEES: Je cherche toujours à me montrer juste.

Le PRÉSIDENT: Vous avez droit à votre opinion, mais les autres membres du Comité se sont aussi formé une opinion sur vos tactiques, mais ils sont trop polis pour l'exprimer.

M. HEES: C'est pour cela que nous sommes ici et c'est très agréable.

M. Hees:

D. Monsieur Taylor, comme j'ai assisté à toutes les séances du Comité, permettez-moi de vous mettre au courant. Quant à moi, il est évident depuis le début que les séances que nous tenons ne servent qu'à jeter de la poudre aux yeux et que le Gouvernement avait décidé, bien avant l'institution du Comité, de faire adopter la loi, nonobstant les témoignages qui seraient entendus à ces séances.

Le PRÉSIDENT: Ici encore, vous exprimez votre opinion. Vous êtes censé interroger le témoin sur son mémoire, non pas sur les points du discours que vous allez prononcer à la Chambre des communes.

M. HEES: Je veux mettre M. Taylor au courant de la situation, afin qu'il puisse répondre à la question que je désire lui poser.

Le PRÉSIDENT: Je sais que M. Taylor a suivi très attentivement nos séances, comme le démontrent les commentaires qu'il a faits sur d'autres mémoires. Contrairement à ce que vous pensez, il n'est donc pas nécessaire de lui rafraîchir la mémoire.

L'hon. M. BEAUBIEN (coprésident): Demandez-vous à M. Taylor s'il est de votre avis?

M. HEES: Non, je lui dis ce qui s'est passé. Or comme il en est ainsi . . .

Le PRÉSIDENT: Qui prétend cela?

M. HEES: C'est moi.

Le PRÉSIDENT: Du moment que c'est vous et non les autres membres du Comité . . .

M. Hees:

D. Comme il en est ainsi et que la forte majorité dont jouit le Gouvernement adoptera la loi, la semaine prochaine, votre association peut-elle nous proposer, au cours des quelques jours qui vont suivre, une loi efficace contre "l'article sacrifié", afin de protéger les petits détaillants?

Le PRÉSIDENT: Je fais remarquer au témoin qu'il n'est pas tenu de répondre à ce que M. Hees pose en prémisse.

M. HEES: En effet. Je demandais au témoin si son association pourrait le faire.

Le TÉMOIN: Cette question nous a fort préoccupé. Je crains que nous ne puissions proposer une loi en si peu de temps, mais nous sommes d'avis que le besoin d'une loi en ce sens est plus grand que jamais.

M. Hees:

D. Je parle de l'article sacrifié.—R. Une loi sur l'article sacrifié s'impose plus aujourd'hui qu'il y a six mois ou un an. A notre avis, l'unique moyen efficace de défense, pour le petit détaillant, est la fixation du prix de revente.

M. MacInnis:

D. Monsieur Taylor, n'avez-vous pas dit que la situation était dans un état chaotique?—R. C'est ce qu'on constate dans l'industrie des appareils électriques.

D. Vous limitez votre observation au domaine des appareils électriques?—R. Oui.

D. C'est ce que je tenais à éclaircir, parce qu'on a donné à entendre, on l'a même affirmé au Comité, que la situation était chaotique dans le commerce de détail il y a quelques mois, mais que la fixation du prix de revente a remédié à cet état de choses et que le marché est maintenant ordonné. Le régime de la fixation du prix de revente s'étend au commerce des appareils électriques, n'est-ce pas?—R. Oui. Malheureusement, d'autres conditions ont supprimé tous les bienfaits que pouvait apporter la fixation du prix de revente et bien d'autres avantages encore.

D. A mon sens, ceux qui préconisaient la fixation des prix de revente attribuaient à cette pratique des vertus qu'elle n'a pas.—R. Il y a des vertus qui ne peuvent prévaloir contre un mal prédominant.

D. L'observation que je fais vient de ce qu'on nous a dit que la fixation du prix de revente a remédié à la confusion qui régnait sous l'ancien régime.—R. Elle y a sans doute remédié dans une certaine mesure, mais elle n'a pu avoir raison de la situation née de la taxe d'accise exorbitante et des restrictions à l'égard du crédit.

D. Si nous nous trouvions à une époque de surproduction, alors que l'acheteur est maître du marché, la fixation du prix de revente subirait une pression contre laquelle elle ne pourrait se défendre?—R. Tout dépendrait de la force de cette pression.

D. En ce cas, prenons la pression qui s'est exercée en 1930?—R. Il se peut que vous placiez le commerce dans une condition telle que chacun ne songe qu'à se débarrasser de ses marchandises contre argent comptant.

D. Je ne tiens pas à ce que le commerce soit dans une tel état. Je cherche à empêcher qu'il en soit ainsi, sans recevoir beaucoup d'appui. M. Boucher a posé une question sur laquelle je veux revenir, avec l'espoir d'obtenir une réponse plus claire. Il vous a demandé si vous vendiez des articles de marque à prix libre et si ces articles étaient mis en vente à titre d'articles sacrifiés. Vous avez répondu qu'à votre connaissance ils ne l'étaient pas?—R. C'est exact.

D. Pourquoi ces articles de marque ne seraient-ils pas vendus à perte, tout comme d'autres articles de marque?—R. L'attrait de ces articles est trop faible pour qu'il vaille la peine de les offrir à titre d'articles sacrifiés. Nous avons, par exemple, parmi nos articles, un bain-marie dont le détaillant ne songerait pas à faire un article sacrifié, car il n'attirerait pas assez d'acheteurs.

D. Mais les bains-marie ne se vendent-ils pas couramment?—R. Qu'entendez-vous par là?

D. Dans chaque famille, il faut un bain-marie quand on fait tant soit peu de cuisine; il en faut un pour le gruau.—R. Vous l'ignorez peut-être, mais nous vendons au moins vingt genres de bains-marie de grandeur, de qualité et de matière différentes.

D. N'avez-vous pas dit à M. Garson que le détaillant tenait surtout à réaliser un bénéfice?—R. Ce n'est qu'une supposition.

D. Je vous demande cela parce que vous avez dit, aussitôt après, que le fabricant s'intéressait à faire des ventes. Dois-je en conclure qu'il ne s'intéresse pas aux bénéfices?—R. Oh! non, je ne dirais pas cela.

D. Vous avez aussi répondu à une autre question que, si un grand nombre de détaillants étaient contraints de fermer leurs portes à cause de la baisse des prix et de l'existence d'entreprises de vente au détail plus efficaces, les prix auraient ensuite tendance à monter.—R. Pardon, je n'ai pas dit qu'ils seraient contraints de fermer boutique sous la pression de détaillants plus compétents. J'ai voulu dire que ce seraient des détaillants ayant de plus fortes ressources financières qui les forceraient à fermer leurs portes.

D. Sur le plan économique, les forts ne l'emportent-ils pas toujours sur les faibles? N'est-ce pas là la conséquence inévitable du régime de la concurrence? —R. Vous avez raison; c'est ainsi que jouait autrefois le régime de la concurrence; mais on croit de plus en plus que les faibles doivent être protégés contre les effets les plus durs du régime de la concurrence.

D. Chacun cherche, je crois, à se protéger contre le régime de la concurrence, tout homme sensé préférant se passer de la concurrence. Cependant tant qu'on n'aura pas trouvé d'autre moyen de protéger la société, la concurrence est nécessaire.—R. En effet, mais voici ce que je tiens à faire ressortir: La concurrence existe du moment que quelques fabricants, qu'ils soient une vingtaine ou moins, se disputent la faveur du consommateur.

D. Cette concurrence n'aurait-elle pas tendance à diminuer si ces fabricants cherchaient également à se libérer des ennuis de la concurrence? Pour l'amoindrir, ne pourraient-ils pas s'entendre ouvertement ou en cachette?—R. Il m'est très difficile de dire à quel moment quelqu'un pourrait succomber à la tentation de commettre un crime, mais il y a moins de chances qu'une telle situation se produise si les détaillants restent nombreux.

D. De même que les fabricants?—R. Oui.

D. Vous avez dit que 37 p. 100 de vos articles sont à prix imposés?—R. C'est à peu près la proportion.

D. Le prix des articles soumis à ce régime a-t-il tendance à monter ou à rester le même?—R. J'ai dit, en réponse à une question précédente, que depuis vingt ans, dans notre commerce, il n'y avait pas eu de déplacement d'une catégorie dans une autre. Je l'ai constaté moi-même.

D. Pour ce qui est des articles à prix imposé, s'agit-il, dans tous les cas, de produits que vous fabriquez depuis vingt ans? Toutes les catégories de marchandises sont-elles représentées dans la moyenne de 37 p. 100 dont vous avez parlé?—R. Pas toutes; il y en a que nous ne fabriquions pas il y a vingt ans.

L'hon. M. Golding:

D. Dites-moi tout d'abord ce que les fabricants ont constaté, quant à la vente de leurs produits, là où le prix de ces produits varie selon les marchands. La vente est-elle forte en pareil cas?—R. Non, ce n'est pas ce que nous avons constaté. Ainsi, à Toronto, où le prix varie selon les détaillants, nous n'avons pas constaté que cette pratique favorisait la vente, pas du tout.

D. On m'a dit que cela nuisait à la vente. Je suppose que le fabricant cherche à se protéger contre une telle pratique. On vous a demandé ce qui arrive au marchand qui sait bien conduire son commerce, sous le régime de la fixation du prix de revente. J'aimerais connaître votre avis dans le cas opposé. Quel est le sort du consommateur lorsque les méthodes de vente laissent à désirer et qu'il s'agit de marchandise à prix libre?—R. Dans ce cas, le détaillant incompétent est libre de relever ses prix pour compenser ses pertes, ce qu'il ne peut faire à l'égard d'articles à prix imposé.

D. Vous ne croyez pas que le consommateur aurait intérêt à acheter d'un détaillant incompétent vendant de la marchandise à prix libre?—R. Non, monsieur.

M. Carroll:

D. Tous ou presque tous les fabricants de produits semblables aux vôtres en fixent-ils le prix de revente?—R. Autant que je sache, la plupart le font, pour ce qui est de nos produits à prix imposé. Nous ne pouvons, bien entendu, nous appuyer que sur nos propres constatations et sur ce qu'on nous rapporte au sujet de nos concurrents. D'après nos constatations, ils remettent à leurs clients des prix de nomenclature, ils leur proposent un prix de revente.

D. Si nous comprenons bien, le prix de revente de 37 p. 100 de vos produits est fixé. Alors, pourquoi ne pas faire la même chose à l'égard de tous vos produits puisque cela est à votre avantage comme à celui des détaillants et des consommateurs?—R. C'est que les articles à prix libre ne se prêtent pas à la vente à perte. Ce sont des articles fort variés, comme, par exemple, les bains-marie, dont il existe au moins une vingtaine de genres, selon la grandeur, la qualité et le reste. Il ne serait pas pratique de fixer un prix à la consommation à l'égard de chacun de ces vingt articles, dont la vente peut rapporter quelques centaines ou quelques milliers de dollars par année.

D. Outre les bains-marie, vous avez mentionné une foule d'autres articles que vous fabriquez. N'en vendez-vous pas une grande quantité dont le prix de revente n'est pas fixé?—R. En général, les mêmes considérations s'appliquent dans leur cas.

D. Voulez-vous nous citer encore quelques-uns des articles dont le prix de revente n'est pas imposé?—R. Tous les genres d'ustensiles de cuisine, qui se comptent par milliers, les poubelles, les seaux, les cuves, les tuyaux de poêle, les coudes de tuyaux, etc.

D. Ils ne se trouvent pas dans la même catégorie que les articles que vous avez mentionnés tantôt?—R. Ils sont exactement dans la même catégorie.

D. Ne vendez-vous pas des quantités énormes d'ustensiles de ménage?—R. Je ne sais ce que vous voulez dire par là, mais je puis vous dire que nous en vendons pour plusieurs millions de dollars par année. Il faut cependant noter qu'il s'agit de la vente de plus de trois mille articles différents.

D. N'est-ce pas l'ampleur de la concurrence qui vous fait vendre ces articles à prix libre?—R. Non. Par exemple, à l'égard d'une certaine catégorie d'articles de ménage, nous n'avons qu'un seul concurrent canadien; quant à d'autres, nous en avons trois ou quatre et, pour d'autres encore, dix ou douze. Nous comptons certes plus de concurrents pour les fourneaux de cuisine à gaz que pour maints articles à prix libre.

M. Stuart:

D. J'ai été absent assez longtemps, ce matin, mais n'avez-vous pas dit qu'à votre connaissance, nulle part au monde on avait renoncé à la fixation du prix de revente?—R. C'est exact.

D. N'est-il pas vrai que, dans plusieurs États de la république voisine, la fixation du prix de revente est interdite?—R. Non, c'est tout le contraire. Quarante-cinq États ont adopté une loi contraignant les détaillants à se soumettre à la fixation du prix de revente, les législateurs étant convaincus que c'est une bonne chose.

D. Et vous ne connaissez aucun État qui interdit la fixation du prix de revente?—R. Non, je n'en ai jamais entendu parler et je suis plutôt convaincu du contraire.

D. J'ignore si c'est exact, mais j'ai lu des articles qui établissaient, pour des produits identiques, une comparaison entre les prix pratiqués dans les États où la fixation du prix de revente était interdite et ceux qu'on exigeait dans des États où la fixation du prix de revente était de pratique courante.—R. La seule comparaison possible consisterait à prendre les prix en vigueur dans les quarante-cinq États où sont en vigueur les lois dites du loyal commerce, qui prescrivent aux

détaillants de respecter les prix fixés par le fabricant, qu'ils le veuillent ou non, pour les rapprocher des prix pratiqués dans les trois États où n'existent pas ces lois coercitives.

D. Une autre question dans le même ordre d'idées: Pensez-vous que la fixation du prix de revente soit appliquée aussi rigoureusement aux États-Unis qu'au Canada? Etes-vous fixé là-dessus?—R. Il m'est impossible de le savoir.

D. Je vous pose cette question parce que j'ai vu aux États-Unis des articles assujétis à la fixation du prix de revente, mais cette pratique n'était pas rigoureusement observée.—R. J'aimerais corriger une fausse impression que vous ou d'autres personnes pourriez avoir. Aux États-Unis, il n'a pas été question d'interdire la fixation du prix de revente, mais plutôt de décider si un État avait le droit, au moyen d'une loi, de contraindre un détaillant à se soumettre à la fixation du prix de revente.

D. Et voilà pourquoi certains États ne se conforment pas à cette ligne de conduite?—R. Dans chaque État, tout détaillant qui s'engage envers un fabricant à maintenir les prix doit respecter cet engagement.

D. L'engagement est-il verbal ou écrit?—R. Pour faire respecter un contrat, il faut en démontrer l'existence.

D. Il s'agirait donc d'un engagement par écrit?—R. Je regrette de ne pouvoir répondre à la question. J'ignore si l'existence d'un engagement verbal peut être établi devant les tribunaux.

D. J'aimerais connaître votre opinion sur un autre point. On a mentionné plusieurs pourcentages relativement aux produits à prix imposé vendu dans les épiceries. Il se peut que vous ne connaissiez pas ces pourcentages, mais existe-t-il, selon vous, un commerce où la concurrence soit actuellement plus vive que dans l'épicerie?—R. Puis-je demander à M. Bradley de répondre à votre question? Directeur des ventes de Peek Frean of Canada Limited, il s'occupe de ce genre de commerce.

Le PRÉSIDENT: Très bien.

M. BRADLEY: Voulez-vous poser de nouveau votre question?

M. STUART: Au cours de nos délibérations, on a mentionné deux ou trois chiffres quant à la proportion des articles d'épicerie qui sont assujétis à la fixation du prix de revente. J'ignore à combien s'établit la proportion exacte, mais elle est faible.

M. BRADLEY: En effet.

M. STUART: A votre avis, existe-t-il d'autre commerce où la concurrence soit plus vive que dans celui de l'épicerie?

M. BRADLEY: Il n'en existe certainement pas.

M. STUART: Y a-t-il eu, dans votre commerce, plus de faillites depuis cinq ans que dans d'autres genres de commerce?

M. BRADLEY: Il y a moins de faillites dans le commerce de l'épicerie depuis les années de guerre, alors que la Commission des prix et du commerce en temps de guerre a imposé, sur une assez grande échelle, le maintien des prix. Si les faillites sont moins nombreuses, c'est dû à la formation que les épiciers ont reçue de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre. Elle a enseigné aux détaillants la façon de calculer leurs marges de bénéfice et de se maintenir en affaires. La fixation des prix de revente a sauvé de la faillite bien des fabricants qui, avant l'institution de cette commission, devaient établir et imposer un prix de revente afin de sauver leur propre entreprise.

M. STUART: Après la guerre, on,—et ce terme n'embrasse pas le consommateur,—a exercé une pression sur le Gouvernement pour qu'il supprimât la taxation des prix. Pourquoi réclamait-on alors la suppression de la taxation des prix?

M. BRADLEY: Voici pourquoi: En plus d'être soumis à la taxation des prix, les détaillants ne pouvaient acheter qu'une quantité limitée de certains produits, le volume de leurs achats étant fonction des quantités qu'ils avaient l'habitude d'obtenir de leurs sources d'approvisionnement avant la guerre.

M. STUART: Quand ces restrictions ont été supprimées, les marchands ont pu acheter en grandes quantités. Qui pouvait alors le plus facilement acheter en grosses quantités: le petit ou le gros marchand?

M. BRADLEY: Le gros marchand.

M. STUART: Cela ne rend-il pas la situation plus pénible pour le petit marchand?

M. BRADLEY: C'est vrai; voilà pourquoi les fabricants qui comptent sur un grand nombre de détaillants pour l'écoulement de leur production ont été contraints d'adopter la fixation du prix de revente. Nous avons nous-mêmes passé par là quand il s'est agi de mettre nos produits sur le marché canadien. C'est la fixation de prix de revente qui a permis à la société anglaise que je représente de placer au Canada un capital d'environ deux millions de dollars. C'est ce régime qui lui permet de fournir du travail à 140 Canadiens, aux plus hauts salaires, et d'offrir aux consommateurs des biscuits anglais de bonne qualité qui sont fabriqués au Canada et qui s'y vendent 6c. le paquet meilleur marché qu'ils ne s'y vendraient si notre biscuiterie n'avait pas été établie au Canada sous le régime de la fixation du prix de revente.

M. STUART: Vous conviendrez avec moi que vous n'avez à soutenir aucune concurrence au Canada.

M. BRADLEY: Il y a au Canada plus de quarante biscuiteries.

M. Stuart:

D. A propos de l'article sacrifié, il est un autre point sur lequel j'aimerais connaître votre avis. Que pensez-vous des ventes à 1c. que font les magasins Rexall et autres?—R. Je m'en rapporte entièrement à l'avis qu'ont exprimé les témoins qui connaissent le commerce pharmaceutique.

D. Je tenais à connaître votre avis. Ce que vous redoutez le plus, dans l'adoption de la mesure projetée, c'est, semble-t-il, la pratique de l'article sacrifié. Évidemment, vous n'êtes pas tenu de répondre, mais j'aimerais connaître votre avis sur les ventes à 1c.—R. Je ne vois pas ce que je pourrais ajouter à ce qu'on vous en a dit.

L'hon. M. Horner:

D. On vous a interrogé au sujet de l'article sacrifié. Je puis vous en fournir un exemple dans le blé de l'Ouest que l'on vend actuellement à perte d'un pays à un autre, à raison d'un dollar le boisseau. En interrogeant les témoins, le conseiller juridique du Comité a cité des marges de 11 et de 19 p. 100. Les marchands étaient peut-être d'égale compétence dans les deux cas, mais il se peut que les marchés aient été beaucoup plus vastes dans un cas que dans l'autre. Tout le monde ne peut vivre dans la périphérie de Toronto ni faire toutes ses emplettes chez Eaton. Partout où les gouvernements se mêlent de ces questions, sur le plan fédéral, provincial ou autre, ils invoquent à l'appui de la fixation des prix l'opportunité d'exiger le même prix de tous les consommateurs. Cela m'intéresse particulièrement, car j'ai reçu des lettres de petits villages de l'Ouest où mes correspondants me disent que c'est là leur unique chance de survie.—R. Je le répète, il ne s'agit pas du marchand compétent et de celui qui ne l'est pas. Il s'agit de la lutte entre les petits détaillants et les grosses entreprises puissantes. Le petit marchand peut être tout aussi capable de bien mener ses affaires que la grosse entreprise et, dans bien des cas, ses frais peuvent être

toutes proportions gardées, moins élevés. Mais il se peut aussi qu'il en soit à ses débuts, que son chiffre d'affaires soit mince et qu'il soit incapable de soutenir une guerre des prix.

D. Mais en rendant service à un groupe de consommateurs, il remplit un rôle nécessaire.—R. Je le crois.

D. C'est la même chose dans le cas de l'État qui cherche à obtenir un prix uniforme dans toutes les régions du pays, même dans l'extrême Nord où il faut transporter les marchandises par avion. Les auteurs des lettres que j'ai reçues me disent que la fixation des prix devrait se généraliser plutôt que d'être supprimée. C'est l'unique protection offerte à ceux qui se trouvent en des endroits isolés. Quiconque veut prouver l'existence d'une coalition peut amener l'État à invoquer la loi sur les coalitions. Je soutiens que la fixation du prix de revente est un bienfait pour les régions éloignées, à population clairsemée.

L'hon. M. Burchill:

D. La question qu'a posée M. Stuart au sujet de la législation américaine m'a intéressé. J'avais l'impression que quelques États avaient adopté des lois en ce sens. D'après vous, tel n'est pas le cas?—R. Parfaitement.

D. Et le Canada serait le premier à adopter une mesure de ce genre?—R. En effet.

D. Si j'ai bien compris, vous avez dit que, dans certains États, la loi empêchait un détaillant d'être contraint de signer un engagement avec un fabricant. —R. Non, monsieur. La situation au Canada, c'est qu'aucun détaillant, nulle part au pays, n'est invité à respecter la fixation d'un prix à moins qu'il ne s'entende spontanément avec le fabricant pour le faire. Ce n'est pas une question de loi, c'est une question de contrat entre le fabricant et le détaillant. Le fabricant établit diverses conditions de vente, son prix, la date du règlement, quel service il fournira, et ainsi de suite; parmi ces conditions il peut être prévu que le détaillant revendra à un certain prix. Le détaillant prend connaissance du contrat, dit qu'il l'accepte et qu'il le signera, ou bien il dit qu'il ne l'aime pas. Or ce genre de fixation des prix de revente est maintenant légal partout aux États-Unis. Dans quarante-cinq États, les législatures ont adopté une loi stipulant que si le fabricant peut trouver, dans un État, un détaillant qui accepte de revendre à un certain prix, tous les autres détaillants sont alors tenus, qu'ils en aient convenu ou non, de vendre au même prix; et dans une décision récente, la Cour suprême déclarait: "Nous ne croyons pas que ce soit juste; à notre avis, on ne doit pas obliger un homme à maintenir un prix de revente à moins qu'il ne convienne lui-même de le faire."

L'hon. M. Beaubien (président conjoint):

D. Vous venez de dire qu'au Canada le fabricant passe un contrat avec le détaillant?—R. En général, il n'existe pas de contrat.

D. Vous avez mentionné l'existence d'un contrat; c'est pourquoi je vous pose la question.—R. Voici comment on procède: on montre la liste des prix fixés et il y a simplement une entente générale, dans le commerce, que le détaillant vendra à ces prix. S'il ne le fait pas, le fabricant pourra aller dire au détaillant: "A l'avenir, les respecterez-vous ou non?"

D. Si vous allez lui dire cela et qu'il viole quand même le contrat verbal en continuant à faire certaines choses que ne permet pas ce contrat, alors que faites-vous?—R. Eh bien, alors, nous chercherions à discuter de nouveau la chose avec lui pour essayer de lui faire comprendre qu'il agit contre ses propres intérêts. A ma connaissance, le cas ne s'est jamais produit où la conversation se soit terminée par ces mots: "Nous allons cesser de vous vendre nos marchandises."

D. Cela pourrait arriver?—R. Oui, ce n'est pas impossible.

L'hon. M. Garson:

D. Vous avez dit qu'il y avait aux États-Unis quarante-cinq États où ces lois relatives au commerce équitable sont en vigueur. Les autres, je suppose, sont le Texas, le Missouri, le Vermont et le District de Columbia?—R. Je l'ignore.

D. Je suppose que vous ne vous prétendez pas vous-même une autorité en ce qui concerne la loi en vigueur aux États-Unis?—R. Non, monsieur.

D. Vous reconnaissez que dans ces autres États, en dépit du droit qu'ils ont ou n'ont pas de s'en tenir à la fixation des prix de revente, de fait, ils y passent outre, n'est-ce pas?—R. Je n'en ai aucune idée, monsieur.

M. Phelan:

D. Puis-je formuler quelques brèves observations à l'égard de cette loi américaine et demander à M. Taylor s'il les trouve justes. Les États-Unis ont à peu près la même Constitution que la nôtre, c'est-à-dire une double autorité, celle du gouvernement fédéral et celle des États. Vous savez cela?—R. Oui.

D. J'ajouterai que toute la question a pour origine l'adoption de la loi Sherman, aux environs de 1890; cette loi prévoyait que toutes les ententes qui ont pour effet ou qui tendent à avoir pour effet de restreindre le commerce sont illégales. Vous me suivez bien?—R. Je crois que tel en était l'effet général.

D. Ce qui revient à dire que, de la sorte, les ententes verticales conclues entre le fabricant et le marchand sont également illégales. Le reconnaissez-vous?—R. Non, monsieur.

D. Illégales aux termes de la loi fédérale?—R. Non, monsieur.

D. C'était avant 1900, et au début des années 1900 la Propriety Drug Association réussissait en Californie à faire adopter la première loi légalisant ces ententes verticales entre fabricants et distributeurs. Vous comprenez?—R. Votre description, monsieur, ne répondrait pas aux termes de la loi dite du commerce équitable.

D. Je ne suis pas encore rendu là. C'est bien en Californie qu'a pris naissance cette pratique de la fixation des prix?—R. Je l'ignore.

D. Plus tard, plusieurs autres États ont adopté des lois analogues et c'est pour faire face à cette situation que l'amendement Millard-Tydings à la loi Sherman a été appliqué par les tribunaux fédéraux?—R. Oui, monsieur, je crois que l'objet de cette mesure était d'établir clairement que la loi Sherman ne devait pas s'appliquer à la fixation des prix de revente.

D. C'est exact; l'amendement Millard-Tydings prévoyait des exceptions à la loi Sherman; par la suite, des lois de commerce équitable ont été adoptées par tous les États sauf trois. Le District de Columbia faisait aussi exception.—R. C'est ce que je comprends.

D. De plus, dans le District de Columbia et dans ces trois États, la loi n'a jamais reconnu la pratique de la fixation des prix, mais on l'y a tolérée; ai-je raison?—R. Je ne sais pas, monsieur. Je ne crois pas que ce soient exactement les faits: la loi qui a été en vigueur dans les quarante-cinq États s'appliquait à un genre de fixation des prix de revente très différent de tout ce qu'on trouve au Canada.

D. Je crois comprendre ce que vous essayez de me dire. Elle a évolué à partir du premier accord conclu entre le fabricant et le distributeur jusqu'au point ou il suffisait au fabricant de conclure une entente avec un marchand ou un distributeur dans un État, pour que cette entente liât tous les autres marchands ou distributeurs, qu'ils fussent parties ou non à l'entente?—R. Je sais qu'il en était ainsi à la fin.

D. Connaissez-vous bien la décision récente de la Cour suprême des États-Unis dans la cause de Schwegman c. Calvert's Distillery, 1950, S.C.R.? Reconnaissez-vous avec moi que, dans la cause Schwegman, la décision portait

que dans les États où existe le commerce équitable, c'est-à-dire où il y a une loi comme celle dont nous avons parlé, personne n'est obligé de s'en tenir aux prix établis par le fabricant, sauf un marchand ou un distributeur qui a signé une entente formelle avec le fabricant?—R. C'est exact.

D. De sorte que, dans ces États soumis à la loi du commerce équitable, toute personne qui peut obtenir, pour les revendre, des produits à prix fixés, peut les revendre à n'importe quel prix qu'il veut en toucher?—R. Oui, monsieur, et le fabricant peut aller dire au détaillant que l'une des conditions auxquelles il lui vendra ses marchandises, c'est qu'il les revende au prix fixé.

D. En ce qui concerne la loi elle-même, l'État ne sanctionne ni ne ratifie l'application de la fixation du prix de revente à aucune autre personne, sauf celle avec qui le fabricant a conclu une entente formelle?—R. Je ne le crois pas. L'amendement Millard-Tydings, adopté par le gouvernement fédéral, sanctionne par voie législative la fixation des prix de revente.

D. Seulement entre le fabricant et le marchand avec qui il a une entente formelle?—R. Certainement.

D. Cela ne protège pas le fabricant contre le marchand qui peut obtenir ses denrées et les vendre sur un marché libre?—R. Cela ne le protège pas.

D. C'est ce qu'a fait Macy's de New-York, l'an dernier, à l'égard de plusieurs produits.—R. Le détaillant est maintenant entièrement libre de vendre à n'importe quel prix, s'il ne s'est pas engagé à s'en tenir aux prix fixés.

D. Ne croyez-vous pas que dans la cause Schwegman la fixation des prix de revente a reçu un coup mortel?—R. Non, monsieur, je ne suis pas du tout de cet avis.

Le PRÉSIDENT: Vous savez que dans l'une des provinces du Canada, il existe une loi fort semblable à celle qui existe dans les États soumis à ce qu'on appelle la loi du commerce équitable?

Le TÉMOIN: Non, monsieur.

Le PRÉSIDENT: C'est ma propre province, la Colombie-Britannique. Merci, messieurs; nous avons eu une matinée fort bien remplie. (La séance est suspendue jusqu'à trois heures et demie de l'après-midi).

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

La séance est reprise à trois heures et demie.

Le PRÉSIDENT: La séance est ouverte. Avant de continuer, je rappelle encore aux membres qu'on a établi un dossier de tous les télégrammes et toutes les lettres que nous avons reçus. C'est le secrétaire du Comité qui en a accusé réception. Autre point: les membres se souviendront que le dernier rapport du sous-comité du programme et de la procédure proposait que la prochaine séance du sous-comité ait lieu mardi ou mercredi afin que les amendements ou résolutions émanant des membres, puissent être étudiés et mis au point avant leur soumission au comité principal jeudi ou vendredi. Jusqu'ici, nous n'en avons reçu que deux, dont l'un est l'amendement proposé par M. Croll à l'égard des articles sacrifiés, et l'autre est contenu dans les mémoires que nous avons reçus des Syndicats coopératifs et qu'on a fait circuler. Ils ont fait des propositions précises au sujet de la législation. Y a-t-il d'autres membres qui auraient des propositions à soumettre à l'étude du sous-comité? Il est entendu que le sous-comité se réunira demain à trois heures, avant la séance du comité principal, et que ce sera là, la principale question à l'ordre du jour.

Nous allons maintenant revenir au témoignage de M. McGregor. M. McGregor lui-même a un ou deux points qu'il aimerait éclaircir au sujet de son témoignage.

M. Thatcher a demandé ce matin si les membres interrogeraient eux-mêmes le témoin ou si les questions seraient posées par l'avocat du Comité; par l'entremise de M. Burgess, le secrétaire de notre Comité, M. Beaudry m'a demandé la permission de questionner le témoin durant une heure. C'était une demande écrite, n'est-ce pas, monsieur Beaudry?

M. BEAUDRY: Au cours d'une conversation personnelle avec le secrétaire, je lui ai dit qu'il me faudrait probablement au moins une heure.

Le PRÉSIDENT: Quant à M. McGregor, M. Beaudry l'a interrogé pendant 25 minutes, bien que nous ayons fixé une limite de 10 minutes.

M. BEAUDRY: Puis-je, à ce sujet, invoquer le Règlement. Je vous prie de vous reporter à la page 402 de nos Procès-verbaux. A ce moment-là M. Thatcher a demandé qu'on fournisse l'occasion d'étudier le mémoire. Puis M. Thatcher a présenté une motion, qui fut défaite. Je dis que le Comité devrait m'accorder le temps voulu et je persiste à croire que cela est conforme à votre propre décision.

Le PRÉSIDENT: Il s'agissait alors de savoir si nous ajournerions immédiatement et j'ai dit: "Non, commençons à questionner le témoin," et vous avez eu 25 minutes, alors, pour l'interroger.

M. BEAUDRY: Puis-je donner lecture d'autres passages des Procès-verbaux?

Le PRÉSIDENT: Certainement.

M. BEAUDRY: "M. Hees n'a pas de question à poser". Le président ayant évidemment vu M. Hees en premier lieu, celui-ci a répondu: "Je crois que M. McGregor a répondu à toutes mes questions," et le président a dit: "M. Hees n'a pas de question à poser". Puis vient ce que je crois être la liste de ceux qui ont parlé, suivie de votre observation sur la façon dont vous avez pensé qu'il vaudrait mieux procéder. M. Croll dit: "En ce qui me concerne, M. McGregor "a parlé", et j'ai goûté tout son exposé," et vous, monsieur le président, en avez conclu que M. Croll n'avait pas l'intention d'interroger le témoin et vous avez donné la parole à M. MacInnis, qui a dit: "Je n'ai pas demandé la parole." Vous l'avez alors donnée à M. Shaw, qui a dit: "Vous avez bien vu un signe, mais vous l'interprétez mal, cette fois-ci. Je n'ai pas de question à poser." Il ne restait donc plus que MM. Beaudry, Fulton et Thatcher. M. Hees s'étant assis, il ne restait plus que MM. Beaudry, Fulton et Thatcher. Une longue conversation a alors eu lieu entre MM. Croll, MacInnis et d'autres, après quoi vous avez dit: "Pour accommoder les deux groupes, nous pourrions peut-être accorder à M. Beaudry tout le temps qu'il désire, ce qui donnerait à M. Thatcher le temps d'étudier le mémoire." C'est alors que M. Thatcher a proposé que M. McGregor revint le lendemain, mais sa motion a été défaite. Comme en fait foi la page 402, après que vous eussiez dit que M. Hees n'avait pas de question à poser, j'ai déclaré: "Si la règle des dix minutes joue, je préfère céder mon tour". Je croyais ainsi m'exprimer clairement, mais peut-être ai-je interrogé le témoin durant, comme vous le dites, 25 minutes. Il y a eu interruption à cause d'un vote, et quand je suis revenu vous m'avez dit que M. Fulton parlait en attendant mon retour. Comme en témoigne la page 411, vous avez dit: "Trois personnes m'ont déjà rappelé l'article du règlement qui limite le temps de parole à dix minutes". Nous y avions, je crois, un peu passé outre, à la suite de mes observations consignées à la page 402. On voit, à la page 411, que j'ai dit: Dans ce cas, à la suite de votre autre observation, j'interromprai volontiers mes questions dès maintenant, mais je ne renonce pas à les poser, et j'ai souligné pourquoi je les interromprais sans y renoncer. Voici ce que j'ai dit: "Je tiens à signaler, monsieur le président, que je suis désavantagé, comme tous les autres membres d'ailleurs, du fait qu'on nous ait donné lecture du mémoire avant que nous ayons eu l'occasion de l'étudier. J'ai des questions à poser relativement au mémoire, mais je vous laisse le soin de décider si quelqu'un d'autre poursuivra

l'interrogatoire maintenant." Et M. Croll d'ajouter: "En trois minutes j'aurai épuisé mes questions," à quoi j'ai répondu: "Je vous cède donc la parole," croyant que c'était pour trois minutes; je prétends donc aujourd'hui que c'est mon droit, à titre de membre du Comité, de questionner ce témoin de nouveau.

M. MacInnis: Monsieur le président, je regrette de n'avoir pas été ici au début de cette discussion. Faut-il conclure que M. Beaudry prétend pouvoir poser des questions durant un temps illimité?

Le PRÉSIDENT: C'est ce que je comprends.

M. MacInnis: Ce qu'on a pu dire l'autre jour valait, je crois, uniquement pour ce jour-là; aujourd'hui c'est différent. On ne peut certainement pas donner à une seule personne tout le temps qu'elle réclame, autrement il ne resterait peut-être plus de temps aux autres membres du Comité.

M. BEAUDRY: Vous avez dit très clairement, monsieur MacInnis, que vous n'aviez plus de questions à poser.

M. MacInnis: Cela s'appliquait au jour où M. McGregor a témoigné. Je puis bien faire comme vous et changer d'idée. Mais aujourd'hui, c'est un autre jour, Il faut diriger ce Comité avec une certaine mesure d'impartialité quant au temps accordé aux membres pour poser des questions et c'est ce que nous devrions faire dès maintenant. Je propose donc que M. Beaudry ait les mêmes droits que les autres membres du Comité.

M. BEAUDRY: Il me semble que je devrais avoir au moins les mêmes droits que le témoin. Je suis membre de la Chambre des communes et membre du Comité. Le témoin a parlé bien longtemps; d'après certains journaux, il aurait prononcé un discours agressif d'une heure et demie. Je crois avoir le droit de questionner durant au moins une heure.

M. SHAW: Monsieur le président, je veux établir très clairement que lorsque j'ai dit hier n'avoir plus de questions à poser, il s'agissait de ce jour-là, de ce moment-là. Je ne me suis certainement pas engagé à l'égard du reste de nos délibérations. En second lieu, je veux qu'on sache clairement que s'il n'en dépend que de moi, les règles s'appliqueront également à tout le monde. Je n'ai jamais épuisé en dix minutes toutes les questions que j'avais à poser et j'aurais moi aussi pu continuer durant une heure.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, à ce sujet, je suis heureux d'entendre M. Shaw déclarer que les règles s'appliqueront à tout le monde; je citerai à cet égard un passage tiré de la page 6 de nos Provès-verbaux; il s'agit d'un extrait du rapport du sous-comité du programme et de la procédure, où l'on propose, entre autres choses: "(3) Que le Comité insiste pour que tous les mémoires soient versés au dossier avant que les témoins viennent ici et que des exemplaires en soient distribués aux membres du Comité" et "(4) Qu'on ne donne pas lecture du mémoire au Comité, mais que l'audition du témoin se restreigne à un bref exposé de sa part et qu'on procède aux questions." Je crois que nous avons passé outre dans les deux cas: d'abord, qu'on ne donne pas lecture des mémoires, et, en second lieu, que le témoin s'en tienne à un bref exposé: pourtant, l'exposé de ce témoin a duré une heure et demie.

Le PRÉSIDENT: Permettez qu'à titre de président je dise ici un mot. M. McGregor a été le premier témoin appelé par le Comité à témoigner, conformément à la proposition qu'en avait faite M. Hees,—proposition excellente d'ailleurs,—et qui fut confirmée par le sous-comité d'abord, puis par le Comité principal. Nous avons demandé à M. McGregor de témoigner, ce qui le place dans une situation un peu différente de celle des autres témoins.

M. BEAUDRY: Toujours à ce même sujet, monsieur le président...

Le PRÉSIDENT: Un moment, monsieur Beaudry. Vous allez accaparer l'heure entière avant même que nous commencions. C'est la première fois que je

préside un comité, mais j'ai fait partie de plusieurs comités depuis dix ans, et à ma connaissance c'est le premier comité dont les membres ont des vues bien arrêtées sur l'objet de la discussion et où chacun d'entre eux tient à poser des questions. Dans la plupart des comités, il n'y a que trois ou quatre membres qui questionnent, mais ici presque tous les membres désirent vivement interroger les témoins. C'est pourquoi les membres du Comité, sauf une seule exception, ont certainement fait preuve d'un bel esprit de collaboration et le règlement établissant à 10 minutes le temps consacré à une première série de questions et à 10 autres minutes le temps consacré à une deuxième série de questions était certes équitable. J'ai obtenu la collaboration des membres du Comité et je veux les en remercier. M. Shaw a rappelé que les membres doivent se limiter à 10 minutes; de la sorte, chacun d'eux a pu poser quelques-unes des questions qu'il avait à l'esprit. M. Beaudry croit, j'en suis persuadé, que ses questions sont extrêmement importantes, mais je tiens à lui dire que d'autres membres du Comité estiment leurs points de vue également importants. Je suis prêt à recevoir une motion tendant à appliquer ou à suspendre la règle de 10 minutes cet après-midi.

M. BEAUDRY: Je tiens à faire une mise au point, monsieur le président. Je ne crois pas que mes questions soient extrêmement importantes, mais mon mandat est strictement personnel et ne regarde personne autre au Comité. Puisque nous avons recours à ce que j'appellerais une procédure légèrement embrouillée, je vous renvoie aux pages 3, 4 et 6 de nos Procès-verbaux. Quel est le membre du Comité qui a convoqué M. McGregor? Qui a signé le certificat requis en l'occurrence?

Le PRÉSIDENT: Le secrétaire me dit qu'il n'y a aucun règlement de ce genre, sauf lorsqu'on paye les dépenses du témoin.

M. BEAUDRY: J'aimerais vous donner lecture de l'article 67 du Règlement:

> "Nul comité ne peut requérir la comparution d'un témoin, à moins qu'un de ses membres n'ait préalablement déposé, entre les mains du président, un certificat énonçant que le témoignage à recueillir de la sorte est, d'après lui, essentiellement important."

Ce passage est tiré de Beauchesne, édition de 1943. Je ne suis arrivé ici qu'en 1945 et il n'a pas été modifié depuis.

Le PRÉSIDENT: M. McGregor a été convoqué à la demande du Comité.

M. BEAUDRY: Je ne crois pas que vous puissiez passer outre de cette façon à un ordre de la Chambre des communes.

M. MACINNIS: Je propose que nous nous en tenions à la règle de 10 minutes.

Le PRÉSIDENT: Qui appuie la motion? Qui s'y oppose?

Adopté.

Monsieur McGregor, veuillez continuer, je vous prie.

M. F. A. McGregor, C.B.E., est rappelé:

M. BEAUDRY: Monsieur le président, j'invoque le Règlement. Je m'en tiens à l'article 67 du Règlement de la Chambre des communes. Inutile d'en donner de nouveau lecture, mais personne ne peut être convoqué comme témoin à moins qu'on n'ait déposé un certificat énonçant que le témoignage à recueillir est absolument important. Si l'on n'a pas déposé un tel certificat devant le Comité, je crois que nous n'aurions pas dû entendre ce témoin; mais puisque nous l'avons fait, passant ainsi outre au Règlement, je crois que nous pourrions passer outre aussi à la règle de 10 minutes.

M. MACINNIS: Je crois que l'objection de M. Beaudry est irrégulière; il aurait dû s'opposer dès le début au témoignage de M. McGregor. C'est-à-dire lorsqu'il en a été question et non pas après coup. Si la présence de M. McGregor

ici est contraire au Règlement, il est plutôt étrange que M. Beaudry tienne à le questionner; ce n'était pas contraire au Règlement jusqu'à ce qu'on lui ait refusé le droit de l'interroger.

L'hon. M. FOGO: Monsieur le président, l'article qu'a cité M. Beaudry ne s'applique pas à un témoin convoqué devant un comité spécial.

Le PRÉSIDENT: Si je comprends bien cet article du Règlement, il s'applique quand il est nécessaire d'obliger par assignation un témoin à comparaître et lorsque qu'il faut payer les dépenses du témoin. Vous vous souviendrez que ce point a été soulevé au sous-comité. Un membre a prétendu qu'il pourrait être quelque peu embarrassant pour M. McGregor de comparaître et l'on a décidé de ne pas l'assigner, de ne pas lui envoyer d'assignation. La plupart des membres du Comité, ainsi que ceux qui ont assisté aux délibérations, trouvent que le témoignage de M. McGregor nous a été aussi utile que celui de n'importe quel autre témoin. Ces témoins non plus n'ont pas été convoqués de la façon dont parle M. Beaudry, toujours pour la bonne raison qu'ils viennent témoigner à leurs propres frais. Nous avons, dès le début, divisé les témoins en deux catégories: ceux qui viendraient volontairement et ceux qu'on devrait assigner.

M. BEAUDRY: Le président est-il autorisé à interpréter l'article 67 du Règlement?

Le PRÉSIDENT: Simplement que j'ai fait partie de comités depuis 12 ans, assistant régulièrement aux réunions.

M. MCGREGOR: Je crois qu'il convient de commencer.

Le TÉMOIN: Je saurais gré aux membres du Comité de vouloir bien me permettre d'ajouter à la réponse que j'ai donnée à une question que m'a posée M. Thatcher mercredi dernier. Il a demandé quel genre de marchands devraient renoncer aux affaires, par suite de la suppression de la fixation des prix de revente. J'ai répondu: ceux qui ne donnent pas le service que requièrent les gens, quant aux prix et aux autres aspects du commerce. Cette réponse n'est guère suffisante; j'aimerais y ajouter quelque chose.

Ce sont les consommateurs qui doivent décider et qui décident à la longue quels sont les marchands qui demeureront en affaires et quels sont ceux qui devront se retirer. Dans chaque collectivité canadienne, les consommateurs auront demain l'occasion de se prononcer pour ou contre les nombreux candidats qui offrent leurs services. Ils décideront peut-être de maintenir en affaires presque la totalité des commerçants en les encourageant tous plus ou moins. Quelques marchands, cependant, recueillent parfois si peu de votes, autrement dit ont une si faible clientèle, qu'il semblerait plus sage pour eux de se retirer des affaires, au moins à titre de propriétaires de magasins dont le maintien et les frais sont, en fin de compte, à la charge des consommateurs. En affaires comme en politique, nous avons ordinairement de la sympathie pour les candidats défaits. Mais ils ne peuvent tous réussir. Je crois que les anciens combattants actuellement engagés dans de petits commerces (M. Thatcher a parlé d'eux en particulier) seraient les premiers à ne pas vouloir être retenus dans des situations où leurs services ne sont pas requis ou recherchés et qui ne leur assurent pas des revenus suffisants. Ils tiennent à se débrouiller par eux-mêmes et à voler de leurs propres ailes en affaires.

M. BEAUDRY: Je soulève une objection, monsieur le président; est-ce là une réponse à une question ou modifie-t-elle une réponse déjà donnée?

Le PRÉSIDENT: Il s'agit du même genre d'éclaircissements que nous avons permis à d'autres témoins de donner lorsqu'ils sont revenus témoigner une seconde fois; ce furent les cas, par exemple de MM. Harris et Preston. Il convient d'accorder la même courtoisie à M. McGregor. M. Thatcher lui sait gré de ces éclaircissements.

M. THATCHER: Je serais heureux de les entendre.

Le TÉMOIN: Le "droit de s'engager" dans n'importe quel commerce est un point capital de notre genre d'économie. Mais la "liberté d'en sortir" est également un facteur essentiel de notre régime. La fixation des prix de revente favorise l'entrée en affaires en assurant des marges de bénéfices, mais apparemment les tenants de ce principe aimeraient que ces marges de bénéfices fussent assez élevées pour permettre à ceux dont les services sont le moins nécessaires de se maintenir sur pied, ou plutôt en affaires, même si les gens de la localité, par leur faible encouragement, ont clairement indiqué qu'ils pourraient fort bien s'en dispenser.

Pour répondre plus directement à la question très précise de M. Thatcher, —savoir, qui devra, abandonner les affaires,—je prendrai un exemple dans le commerce de la pharmacie. Je choisis celui-là parce qu'aucun autre genre de commerce au Canada ne se fonde davantage sur la fixation des prix de revente, aucun n'appuie plus énergiquement cette pratique. Ces marchands ont établi des conditions qui encouragent les diplômés des écoles de pharmacie à s'orienter librement vers ce commerce. Mais ils s'opposent énergiquement, et c'est bien naturel, à laisser aux autres le libre accès de leur domaine, comme en témoigne la vive pression qu'ils ont exercée sur leurs fournisseurs, les fabricants, en vue de les amener à refuser de vendre aux épiceries aucune des catégories de marchandises qu'ils désignent comme des produits pharmaceutiques; et ce, même après avoir eux-mêmes créé les circonstances qui portent les marchands dont les frais généraux sont moins élevés à empiéter sur le domaine qui leur est réservé.

Quels seront ceux qui abandonneront les affaires? Quelques pharmaciens décideront peut-être d'abandonner leur commerce si l'on supprime les marges de bénéfices qu'on leur assure actuellement et s'ils doivent subir, comme la plupart des autres marchands, la concurrence qui s'exerce sur un marché libre. Le nombre en sera beaucoup plus restreint que ne le donnent à entendre les exposés soumis au Comité. Plusieurs d'entre eux, à mon sens, seraient poussés à fournir un service plus efficace qu'ils n'ont eu à le faire jusqu'ici et devront trouver des moyens d'augmenter leur volume de ventes, et par conséquent de se rendre plus utiles à leurs concitoyens. Si, par suite de ces nouvelles circonstances, on voit disparaître quelques pharmaciens, je crois que ce seront ceux qui vendent le moins, ceux que, par leurs suffrages, les consommateurs auront, pour ainsi dire, jugés inaptes à fournir les services qu'ils attendent d'eux. En 1941, le Recensement fédéral (à la page 456 du volume X) rapportait que 236 pharmaciens indépendants vendaient pour moins de $5,000 de marchandises par année. (Incidemment, le document révèle que 21 p. 100 des pharmaciens vendaient pour moins de $10,000 de marchandises et 50 p. 100 pour moins de $20,000 par année.) Mais prenons le groupe dont les ventes étaient inférieures à $5,000 par année. Si leur bénéfice net était de 10 p. 100 sur les ventes, leur revenu annuel n'a été que de $500. Si l'on peut croire qu'ils ont pu ajouter un autre 10 p. 100 à leur bénéfice net, même un profit de 20 p. 100 n'équivaudrait qu'à $1,000 par année. C'est à peine suffisant pour justifier le pharmacien de maintenir son commerce; c'est presque une preuve que ses concitoyens n'ont plus besoin de ses services, surtout quand ils sont déjà bien servis par ses concurrents.

Parmi les 236 pharmaciens en question, il y en a peut-être quelques-uns qui sont encore en affaires,—l'année 1941 était peut-être leur première année d'affaires et leur chiffre d'affaires de $5,000 ou moins a pu maintenant atteindre $50,000. Tant mieux pour eux! Je présume qu'en 1951 il doit y avoir beaucoup moins de 236 pharmaciens disposant d'un revenu de $5,000 ou moins. Si quelques-unes de ces pharmacies doivent fermer leurs portes en 1952, je ne crois pas que la loi qu'on propose en soit la cause.

M. BEAUDRY: Croyez-vous toujours que ces observations soient acceptables à titre d'éclaircissements de la réponse?

Le PRÉSIDENT: Continuez, monsieur McGregor.

M. BEAUDRY: Voulez-vous me prévenir lorsqu'on aura terminé la lecture du deuxième mémoire?

Le TÉMOIN: Quand le volume d'affaires est excessivement faible, les frais d'exploitation doivent être extrêmement élevés à l'égard de chaque vente. Aucune augmentation possible de la marge de bénéfice net, ne permettrait à ces magasins de se maintenir en affaires comme établissements distincts. Ils ne rapporteraient pas de bénéfices suffisants au marchand et constitueraient également un fardeau financier pour le public, si vous reconnaissez avec moi que tôt ou tard ce sont les consommateurs qui défraient le coût de ces services dont ils ne veulent pas.

Mais tout n'est pas sombre à ce point pour les gens actuellement en affaires. Pour reprendre la comparaison de la boîte de scrutin, je dirai que quelques autres candidats se retireront peut-être des affaires. En dépit des efforts des pharmaciens en vue d'empêcher les épiceries de vendre leur genre de marchandises, ils n'ont pas pleinement réussi. Le mémoire de l'Association des consommateurs décrit les succès de ces efforts qui ont empêché les épiceries de vendre des produits comme le "Pablum". J'ai des renseignements privés quant à leurs efforts en vue de conserver la vente exclusive d'autres produits et à la pression qu'on a exercée sur plusieurs fabricants, parce que nous, à titre de membre de la Commission d'enquête sur les coalitions, avons cherché à combattre ces restrictions. Vous n'avez aujourd'hui qu'à regarder les rayons de plusieurs épiceries pour y découvrir une série croissante de produits qu'on ne pouvait autrefois acheter que chez les pharmaciens. Les marges de bénéfices alléchantes, garanties, ont amené les épiciers à ajouter ces produits à leur stock régulier. La fixation des prix de revente n'a donc pas accru le nombre des pharmaciens, mais elle a multiplié les débouchés en ce qui concerne la vente des produits pharmaceutiques. Nous n'avons pas au Canada des chiffres indiquant dans quelle mesure le nombre de ces débouchés a augmenté. Mais les chiffres cités dans le *Canadian Pharmaceutical Journal* du 15 septembre 1951 révèlent l'énorme augmentation de ces débouchés aux États-Unis, où des lois dites du "commerce équitable" ont été appliquées en vue d'empêcher les réductions de prix aux niveaux du grossiste et du détaillant. Le *Pharmaceutical Journal* cite un passage tiré d'un journal commercial américain, le *Drug Topics*, livraison du 21 mai 1951. En voici le texte:

> Entre 1946 et 1950, le nombre des magasins d'articles d'alimentation qui vendent plus de 20 produits pharmaceutiques est passé d'environ 25,000 à plus de 100,000.

Un autre article publié dans le numéro du 15 janvier 1951 du *Canadian Pharmaceutical Journal* (déjà publié dans le *Business Week*) confirme cette tendance:

> Bien que le volume de ventes des détaillants soit demeuré au même niveau, les grossistes en produits pharmaceutiques ont accusé des gains. Durant les neuf premiers mois de 1950, les ventes des grossistes ont augmenté de 7 p. 100, tandis que celles des pharmaciens sont demeurées au même niveau.
>
> Les grossistes expliquent cet état de choses apparemment paradoxal en disant que le volume de leurs ventes a augmenté parce qu'ils font plus d'affaires avec d'autres marchands...

L'augmentation des ventes des grossistes n'explique pas à elle seule toute la situation, car les magasins à succursales multiples n'achètent pas beaucoup des grossistes; ils achètent directement des fabricants.

Au Royaume-Uni, les pharmaciens et autres marchands ont eu la même expérience: on a empiété sur leur domaine jusque là exclusif et ils ont fait les mêmes efforts pour reprendre le terrain perdu. Je vous renvoie aux pages 9 et 10 de l'excellent mémoire présenté par l'Association canadienne des consommateurs. J'espère que ce mémoire fera partie des documents imprimés qu'on mettra à la disposition du public comme du Comité.

Pour revenir au point que j'ai soulevé et à la question de M. Thatcher, quels sont ceux qui abandonneront les affaires? Je puis me tromper, mais à mon avis plusieurs de ces débouchés disparaîtront si l'on supprime la fixation des prix de revente. Les épiceries sont parvenues à vendre ces marchandises à prix établis parce que la marge de bénéfice qu'ils en retirent est garantie, et dans la plupart des cas, sensiblement plus élevée que ce que leur rapportent les marchandises soumises à la concurrence. En supprimant la garantie que comporte la fixation des prix de revente, on s'intéressera beaucoup moins au commerce de ces marchandises dont on considérait la vente comme exceptionnellement profitable. Il va de soi qu'on n'y renoncera pas si les pharmaciens, spontanément et individuellement, persistent, conformément à ce que quelques-uns de vos témoins ont dit, à exiger exactement le prix proposé ou imposé par les fabricants. Devant la concurrence des épiceries, fondée sur des bénéfices moins élevés, je doute que les pharmaciens puissent vendre leurs produits à de tels prix.

On a beaucoup parlé ici des nombreuses faillites à prévoir. Je n'entends pas discuter actuellement cette question, mais je fais observer que le nombre des banqueroutes rapportées chaque année dans l'*Annuaire du Canada* jette quelque lumière sur cet aspect de la question. Pendant la période de cinq ans comprise entre 1945 et 1949, on n'a rapporté que 142 faillites chez les détaillants de produits alimentaires sur un total de 48,468, d'après les chiffres du recensement de 1941. C'est une moyenne de moins de 30 par année, c'est-à-dire environ un seizième pour cent de toutes nos épiceries au détail. Or celles-ci constituent un genre de commerce où les marchandises à prix fixés ne représentent qu'un faible pourcentage du total. Je m'en rapporte également à la dernière d'une série de tableaux publiés par Dun-Bradstreet depuis des années et qui donnent ce qu'on estime les raisons profondes et les causes apparentes des faillites commerciales aux États-Unis. Le dernier tableau que j'ai vu se trouve à la page 22 de la *Dun's Review* de juin 1951. Un trait vraiment frappant de cette analyse, c'est qu'on attribue à "l'incompétence" la raison profonde de 43 p. 100 des faillites rapportées durant la période de douze mois; le "manque d'expérience" et "l'expérience trop peu généralisée seraient les causes profondes d'une autre proportion de 41 p. 100 des faillites. Rien, dans le tableau, n'indique que ce qu'on appelle les "articles sacrifiés" ou, avec plus de précision, "la vente au-dessous du coût" pratiquée par des concurrents ait quoi que ce soit à voir au nombre des faillites rapportées.

M. Fulton:

D. Mercredi dernier, je vous ai posé deux questions avant que M. Beaudry revienne et, pour résumer de façon à ce qu'on puisse nous suivre, vos réponses, —vous le reconnaîtrez avec moi,—ont établi que, bien que vous prétendiez vous être préoccupé durant quelque temps de la fixation des prix de revente, vous n'avez jamais institué d'enquête uniquement en vu d'empêcher cette pratique, ni préconisé l'adoption d'une loi relative à la fixation des prix; vous avez dit tout simplement qu'à votre sens la loi actuelle relative aux coalitions n'était pas satisfaisante.—R. Oui, nous espérions encore, même en 1948, que la loi relative aux coalitions, telle qu'elle existait, pourrait suffire à résoudre ce problème. J'en ai parlé lors de mon témoignage en 1948. Nous espérions encore qu'on pourrait appliquer les remèdes alors disponibles. Même je ne crois pas que la même situation existe aujourd'hui. Mon opinion personnelle, en décembre 1951, c'est qu'il est impossible, aux termes de la loi actuelle, d'atteindre tel fabricant particulier qui fixe les prix de revente.

D. Vous avez vu l'avant-projet de loi que M. MacDonald, commissaire chargé d'appliquer la loi relative aux coalitions, a soumis au Comité?—R. Oui, je l'ai vu; je n'en ai pas fait une étude minutieuse.

D. Reconnaissez-vous avec moi que cet avant-projet de loi établit simplement que c'est un délit de fixer les prix de détail mais n'établit pas le délit en fonction du préjudice causé à l'intérêt public?—R. Je crois que l'adoption de ce bill signifierait que le Parlement déclare la fixation des prix un délit par lui-même.

D. A votre avis, les procédures intentées dans la cause portant sur un prétendu délit touchant la fixation des prix de revente doivent-elles établir que cette pratique en particulier ou un ensemble de pratiques lèsent l'intérêt public?—R. A mon sens, quand il saute aux yeux, comme en ce moment, que cette pratique restreint à l'excès la concurrence, il est souhaitable que le Parlement le reconnaisse nettement, supprimant de la sorte les grands détours requis pour démontrer qu'on a restreint la concurrence de façon excessive. J'ai indiqué avec quelles difficultés, sous le régime de la présente loi, on peut prouver que l'initiative d'un fabricant en particulier est contraire à l'intérêt public ou restreint trop la concurrence.

D. Votre attitude, c'est que le Parlement devrait déclarer la fixation des prix de revente, en soi, contraire à l'intérêt public et que, partant, tous ceux qui de quelque façon fixent les prix ou exigent de quiconque de les fixer commet un délit?—R. Oui.

D. Vous avez dit: "Quand il saute aux yeux, comme en ce moment, que cette pratique est contraire à l'intérêt public...", dois-je alors comprendre qu'en arrêtant votre décision selon laquelle la pratique est contre l'intérêt public, vous ne vous demandez nullement si, à la longue, elle peut amener une réduction des prix payés par les consommateurs? Ai-je raison de présumer que vous croyez qu'elle est contraire à l'intérêt public simplement parce qu'elle restreint la concurrence?—R. C'est, en somme, la base de mon raisonnement; j'ajoute cependant qu'il ne convient pas de considérer toute entrave à la concurrence comme nuisible; il faut que ce soit une entrave indue.

D. Il ressort de votre mémoire que vous vous opposez à la fixation du prix de revente parce que vous posez en principe qu'elle empêche le libre jeu de la concurrence, et nullement à cause des désavantages qu'elle peut entraîner pour le public quant aux prix que paie le consommateur?—R. C'est bien cela. Je songe, en exprimant mon opinion, aux restrictions indues imposées à la concurrence.

D. Vous avez aussi parlé du désir des fabricants de fixer leurs prix. Qui, du fabricant ou du détaillant, en profite le plus: qui réclame cette pratique avec le plus d'insistance?—R. C'est incontestablement le détaillant.

D. Nous donneriez-vous alors vos impressions sur un témoignage comme celui que nous avons entendu de M. Swenson, président de l'Allied Beauty Equipment Manufacturers' and Jobbers' Association? Je crois qu'on le trouve à la page 98 des Procès-verbaux; il en ressort très clairement qu'à titre de fabricant il voyait là une question d'intérêt capital. Je cite sa réponse, consignée à la page 98, à la question de M. Thatcher concernant cette pratique qui consiste à interrompre les livraisons:

> D. N'est-ce pas une sanction excessive, parfois, que de priver le marchand de toute une catégorie de marchandises?—R. Je ne crois pas que ce le soit. Supposons qu'un de mes clients, qu'un de mes cinquante clients commence à me tenir tête après les trente ans que j'ai pris à établir mon entreprise en collaboration avec lui. Croyez-vous que ce soit excessif? Sans aucune considération, il agit de façon à diminuer mes affaires de moitié, à ruiner un commerce que j'ai pris trente ans à édifier.

Dans un cas un fabricant déclare que l'abolition de la fixation des prix de revente serait contraire à ses intérêts et naturellement cela le touche de très près. Que répondriez-vous à son argument?—R. Je crois que cette entreprise particulière est encore à classer dans la catégorie des industries "spéciales". Elle ne vend

vraiment pas ses marchandises aux consommateurs par l'entremise de détaillants, du moins pas dans une mesure importante; la plupart de ses ventes se font aux instituts de beauté et aux coiffeurs.

D. Vous n'irez pas jusqu'à dire qu'un témoin qui se trouve dans la même situation que M. Swenson n'a pas à se préoccuper du sort de son entreprise. Il a effectivement manifesté son inquiétude à ce sujet advenant l'abolition de la fixation du prix de revente?—R. Je ne dis pas cela. Les détaillants ont bien le droit de se protéger contre la concurrence, mais je ne crois pas qu'ils aient celui d'aller aussi loin qu'on le fait au moyen de la fixation du prix de revente. Il me semble que le fabricant ne devrait pas non plus jouir de ce droit.

D. Faisons suite à la réponse que vous avez donnée à mon avant-dernière question. Êtes-vous disposé à reconnaître l'opportunité de mettre au point diverses dispositions applicables à différentes catégories de commerçants ou de fabricants?—R. Je n'ai pas réfléchi à cette question. Il me semble que dans ce cas il importe qu'une mesure législative ait une portée générale. Si l'on autorisait le Parlement ou le Gouvernement à faire des exceptions, je crains fort qu'on ne tînt compte d'éléments étrangers à la question.

D. C'est dire que vous êtes disposé, quelles qu'en soient les répercussions, à appuyer une mesure législative de portée générale comme celle dont le Comité est saisi?—R. Oui.

D. Je vais vous poser une ou deux questions en ce qui concerne la possibilité d'appliquer l'avant-projet de loi dont nous sommes maintenant saisis. N'ai-je pas raison d'affirmer qu'il constitue, en somme, une interdiction faite aux fabricants de déterminer les modalités de revente de leurs produits.—R. Je pense que même sous le régime du bill ils peuvent proposer un prix de revente.

D. Vous croyez que le bill leur permet de proposer un prix de revente?—R. Je le crois.

D. Puisqu'il en est ainsi, comment peut-on, selon vous, appliquer avec succès cette mesure destinée à interdire la fixation du prix de revente.—R. A mon avis, le seul fait de l'existence de la loi aura un résultat très salutaire. La plupart des hommes d'affaires canadiens sont respectueux des lois; ils respecteront celle-ci. Sans doute faut-il prévoir un mécanisme de mise en vigueur; la Commission des enquêtes sur les coalitions est tout indiquée à cet égard. L'enquête portant sur un délit de ce genre est exactement la même qu'une enquête portant sur une infraction quelconque dans le domaine des coalitions.

D. Permettez-moi de vous soumettre le cas hypothétique d'un fabricant de chaussures qui, jusqu'ici, contraignait ses détaillants à vendre les chaussures à un prix fixé. Or s'il désire continuer cette pratique, comment va-t-on l'en empêcher? S'il découvre que le détaillant ne les vend pas au prix proposé et s'il cesse de l'approvisionner, comment va-t-on sévir contre lui? Il pourrait invoquer des centaines de raisons. Comment va-t-on assurer l'application de la loi?—R. En examinant ses dossiers pour découvrir la vraie raison. Nous connaissons bien des cas où le fabricant avait de bonnes raisons pour refuser d'approvisionner le détaillant. Il s'agissait peut-être de mauvaises créances; peut-être le détaillant n'acquittait-il pas ses factures. Un cas s'est produit à Montréal où le détaillant vendait au même étage, marchandises neuves et marchandises usagées. Le détaillant s'est plaint à nous lorsque le fabricant refusa de l'approvisionner. Ayant enquêté, nous en sommes venus à la conclusion que le fabricant avait le droit de refuser que ses produits soient vendus avec les marchandises usagées, les unes étant parfois confondues avec les autres.

D. Alors vous jugez que le fabricant a raison d'imposer certaines conditions aux détaillants qui vendent ses produits?—R. Si on a refusé de fournir des marchandises aux détaillants parce qu'ils vendaient au-dessous du prix fixé, je pense qu'il y aurait lieu d'intervenir.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Fulton. La parole est maintenant à M. Thatcher.

M. Thatcher:

D. Monsieur McGregor, ce matin un témoin a formulé une affirmation qui m'a quelque peu étonné. Je me demande si vous pourriez la confirmer ou la nier? Le genre de mesure législative que nous proposons en ce moment, a-t-il dit, n'existe nulle part ailleurs aujourd'hui?—R. On se propose, bien entendu, de l'appliquer au Royaume-Uni.

D. Mais elle n'est pas en vigueur?—R. Elle a été proposée. Franchement, vous me prenez au dépourvu, car je ne puis vous citer d'exemple.

D. En d'autres termes, le Canada serait le premier pays au monde à appliquer une loi de ce genre?—R. Je n'oserais pas affirmer qu'il n'y en a pas d'autres.

D. Mais autant que vous sachiez?—R. C'est la réponse.

D. Monsieur McGregor, auriez-vous l'obligeance de nous dire si, à votre avis, l'adoption de la mesure aidera à abaisser les prix aux consommateurs?—R. Je suis d'avis que c'est sûrement ce qui se produira. Je me permets de rappeler de nouveau les exemples que j'ai donnés au sujet des nombreux articles de pharmacie qui se vendent dans les épiceries. Si les épiciers ne sont aucunement tenus de maintenir un prix fixe, je suis parfaitement convaincu qu'ils ne continueront pas de prendre la très importante marge de bénéfice qu'ils obtiennent maintenant à l'égard des articles de pharmacie assujétis à la fixation du prix de revente.

D. Pourriez-vous fournir des chiffres au Comité afin d'appuyer cette opinion? Je suppose que vous avez des dossiers à ce sujet?—R. Vous me demandez de prédire exactement ce qui se produira.

D. N'avez-vous aucun chiffre pouvant corroborer votre affirmation, selon laquelle la suppression de la fixation du prix de revente entraînerait une diminution des prix?—R. J'ai dit qu'il était difficile d'établir une comparaison entre la situation qui existe sous un régime de fixation du prix de revente et l'état de choses qui régnerait sous un régime de prix libres. Nous ne pouvons faire la comparaison au Canada. On a déjà établi des comparaisons aux États-Unis dans plusieurs États où des lois de "commerce équitable" sont en vigueur et dans d'autres États voisins où il n'existe pas de telles lois. Il est tout à fait clair, d'après ces comparaisons, que les prix des articles à prix fixés dans un État sont bien plus élevés que ceux des mêmes marchandises dont le prix n'est pas fixé.

D. Auriez-vous l'obligeance, monsieur McGregor, de vous reporter à votre mémoire? A la page 390 du compte rendu, parlant des poursuites intentées aux allumières, vous dites: "Aucune de ces enquêtes, cependant, n'a révélé nettement qu'il y avait eu fixation des prix de revente de la part d'un seul fabricant, sauf dans le cas des allumettes, car dans cette industrie, l'unique fabricant était, en définitive, le seul fabricant d'allumettes de bois.

Dois-je en conclure que la seule poursuite intentée à cet égard par la division des enquêtes sur les coalitions avait trait aux allumettes?—R. La seule portant exclusivement sur la fixation du prix de revente?

R. Oui, avez-vous eu gain de cause dans ce cas en particulier?—R. Je signale de nouveau que la question est embarrassante, car la fixation du prix de revente ne constituait qu'une des raisons de la poursuite. Les fabricants employaient d'autres méthodes pour restreindre la concurrence, y compris les ventes à des prix excessivement bas. La décision se fondait sur un grand nombre de motifs.

D. De toute façon, on a ordonné à la compagnie d'abandonner la pratique de fixer le prix de revente?—R. Non, l'allumière a été reconnue coupable d'infraction à la loi des enquêtes sur les coalitions.

D. Comme résultat, elle a cessé de fixer les prix de revente?—R. Je n'en sais rien. Cela s'est peut-être produit après mon départ. Je pourrais dire un mot des fabricants de matériel d'optique...

D. Excusez-moi, monsieur McGregor, je n'ai que dix minutes et j'aimerais élucider cette question. Si je comprends bien, par suite de ce jugement, la compagnie a décidé de ne pas fixer, à l'avenir, le prix de ses allumettes?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher, en toute justice pour M. McGregor, je dois signaler que ces poursuites ont été intentées après qu'il se fut démis de ses fonctions. En outre, il serait utile, je pense, que vous indiquiez, en parlant du jugement, où il est mentionné que les fabricants ont dû abandonner la fixation du prix de revente.

M. THATCHER: Je me reportais à l'affirmation de M. McGregor, selon laquelle la cause des allumières a été la seule parmi celles à l'égard desquelles son service a intenté des poursuites, où il était question de fixation des prix par un seul fabricant. A mon avis, la tendance des prix des allumettes depuis cette poursuite est significative. On me permettra peut-être de consigner au compte rendu une lettre adressée la semaine dernière au *Citizen:*

Le PRÉSIDENT: Mais vous dites qu'on a supprimé la fixation des prix de revente. M. McGregor a répondu par un "non" catégorique. Vous êtes d'avis qu'on a aboli la fixation du prix de revente.

M. THATCHER: Puis-je consigner la lettre au compte rendu?

Le PRÉSIDENT: A condition qu'elle reflète votre opinion.

M. THATCHER: Voici un extrait de la lettre:

> "Au rédacteur en chef, *The Citizen:* Après avoir acheté des allumettes aujourd'hui, je suis porté à me demander ce que valent la loi des enquêtes sur les coalitions et les poursuites intentées en vertu de cette loi, même lorsque le Gouvernement a gain de cause.
>
> Pendant quelques mois, alors que s'instruisait la poursuite et que la décision était réservée, les allumettes "National Grocers Company Limited" fabriquées par la Eddy Match se vendaient à raison de trois boîtes d'allumettes d'usage ménager pour 25c.
>
> Aujourd'hui, j'ai payé ces mêmes allumettes 32c."

Ce qui me porte à me poser la question suivante: Si l'on supprime la fixation des prix de revente, n'est-il pas possible que, dans bien des cas, les prix augmentent au lieu de diminuer?—R. Je ne pense pas que c'est ce qui se produirait.

D. Mais la seule fois que le service a intenté des poursuites les prix ont beaucoup augmenté.—R. Rien n'indique que c'est la marge de bénéfice du détaillant qui est responsable de l'augmentation. La fixation du prix de revente assure une certaine marge de bénéfice au détaillant. Dans ce cas particulier, je crois que la hausse provient de l'augmentation du prix de revente du fabricant.

D. Mais il n'en reste pas moins vrai, monsieur McGregor, que la seule poursuite intentée à cet égard par la division des enquêtes sur les coalitions avait trait aux allumettes. Depuis l'abolition de la fixation du prix de revente, le prix des allumettes a beaucoup augmenté. A mon avis, il est dangereux que la même chose se produise dans d'autres domaines.

Avez-vous entendu le témoignage de M. Harris, qui a déclaré que les majorations relatives aux articles dont le prix n'est pas fixé étaient supérieures à celles qui visaient les articles faisant l'objet de fixation des prix?—R. M. Harris a dit, à un moment donné, qu'il est dangereux de généraliser et qu'il faut parler de cas particuliers. Je crois donc qu'il est très dangereux de ne tenir compte que de cette cause, surtout lorsqu'on n'en connaît pas tous les détails. Je ne prétends pas que vous ne les connaissiez pas, mais les faits ne sont pas connus. Qui en est responsable? Il peut y avoir une foule d'autres éléments. Vous ne pouvez imputer ce résultat à la loi des enquêtes sur les coalitions.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Thatcher, je vous accorde encore une minute, mais il me semble qu'une des raisons pour lesquelles nous avons retenu les services de

nos avocats très compétents, c'est leur expérience dans ce domaine. M. McGregor n'en est peut-être pas au courant, mais M. Favreau était adjoint de l'avocat chargé de la poursuite dans cette affaire. Il pourrait peut-être nous dire si l'on a supprimé la fixation du prix de revente.

M. THATCHER: A condition qu'il n'empiète pas sur mon temps de parole.

Le PRÉSIDENT: Dites-le nous, monsieur Favreau.

M. FAVREAU: Cette cause comportait quatre chefs d'accusation, mais jusqu'ici la poursuite n'en visait qu'un. Le procès n'a pas été instruit à l'égard des autres accusations, mais il le sera probablement en janvier ou février. L'accusation qui a fait l'objet de la poursuite était portée aux termes de l'alinéa *b*) du paragraphe (4) de l'article 2 de la loi, qui vise une mainmise importante sur l'industrie; au cours des témoignages, il a été démontré que la fixation du prix de revente est l'une des méthodes utilisées afin de créer une coalition. On n'a pas intenté de poursuite à cause de la fixation de prix de revente par le fabricant. Les fabricants et les distributeurs avaient conclu des ententes qui constituaient l'une des méthodes utilisées pour obtenir une mainmise importante et complète dans tout ce domaine d'activité.

M. THATCHER: J'ignore quelle en était la raison, mais il n'en reste pas moins vrai que cette société ne fixe plus les prix de revente. Je soutiens que c'est à cause de la récente poursuite.

M. FAVREAU: Je ne suis pas bien au courant des faits, mais je pense que les sociétés ne pratiquent peut-être pas la fixation des prix de revente au moyen d'ententes à cette fin, c'est-à-dire en passant des contrats avec les détaillants comme autrefois; peut-être les fixent-ils directement en exerçant leur emprise monopolisatrice. Ce n'est là qu'un des points visés par la mesure dont parle M. McGregor.

Le PRÉSIDENT: Il vous reste deux minutes, monsieur Thatcher.

M. Thatcher:

D. Ce matin, l'un des témoins a dit que la suppression de la fixation du prix de revente pourrait contraindre de plus en plus les fabricants à se lancer dans la vente au détail. Il a signalé certaines sociétés qui ont leurs propres magasins de détail: Singer Sewing Machine, Laura Secord, certains fabricants de chaussures et d'autres. Si plus de fabricants décidaient de procéder de cette façon, ne croyez-vous pas que bien des détaillants seraient forcés de fermer leurs portes?—R. Oui, je le pense.

D. En toute justice pour les petits détaillants, comment réglementeriez-vous les prix dans des magasins de ce genre?—R. Il n'est pas question de réglementer les prix.

D. En d'autres termes, les fabricants ne seraient pas atteints par la mesure projetée parce qu'ils vendent directement au consommateur?—R. C'est la même chose en ce qui concerne les magasins à succursales; ils sont dans une situation avantageuse du fait qu'en achetant directement du fabricant ils éliminent l'intermédiaire, le grossiste. Cependant, les détaillants indépendants peuvent leur faire concurrence et ils y réussissent. Dans bien des cas, leurs frais d'exploitation sont plus bas. Ils peuvent soutenir cette concurrence de bien des façons et ils le font effectivement.

D. Et les fabricants qui vendent leurs produits de porte en porte? Diriez-vous qu'ils sont dans la même situation? Je songe aux maisons Rawleighs, Fuller Brush et autres. Croyez-vous qu'il y a danger qu'un plus grand nombre de compagnies vendent de cette façon afin de contourner la loi?—R. Je ne saurais répondre à la question.

D. Mais la chose est possible, vous en convenez sans doute?—R. Je ne pense pas que cela se produise.

Le PRÉSIDENT: Encore une question, monsieur Thatcher.

M. Thatcher:

D. Si l'on abolit la fixation du prix de revente, ne croyez-vous pas que les maisons de vente par la poste vendront plus de produits dont les prix étaient autrefois fixés?—R. Cela dépend de ce que veulent les consommateurs. Les consommateurs peuvent décider d'acheter leurs marchandises par correspondance; nous ne devons pas les en empêcher.

D. Cela n'entraînerait-il pas la concentration des ventes au détail dans les grands centres comme Winnipeg, Toronto et Montréal, où les maisons de vente par la poste sont établies, ce qui serait au détriment du petit commerçant dans les centres moins importants?—R. Si le consommateur désire qu'il en soit ainsi.

M. FULTON: Les consommateurs y songent-ils sérieusement?

Le TÉMOIN: Je pense qu'ils comparent les prix des articles énumérés dans le catalogue et ceux des articles sur les rayons.

M. FULTON: Mais désirent-ils ce résultat?

Le TÉMOIN: Non.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Hees?

M. Hees:

D. Monsieur McGregor, depuis la présentation de la mesure, j'ai eu l'occasion de causer avec un grand nombre de petits détaillants de ma circonscription. Il y en a de 500 à 600. La plupart exploitent de petits négoces où ils vendent toutes sortes de marchandises. J'ai constaté que tous,—et la chose m'a étonné, car je pensais que seuls ceux qui vendent des articles à prix imposés voyaient cette mesure d'un mauvais œil, mais j'ai appris qu'il n'en était pas ainsi,—étaient inquiets à ce sujet et pour la raison suivante. Ils craignent que les grands magasins à succursales et à rayon se servent des marques connues pour leurs ventes à perte en vue d'attirer les clients à leurs établissements. Comme vous le savez, les articles sacrifiés sont mis en vente par un magasin en vue d'attirer les gens à l'établissement et leur faire acheter des articles d'occasion pour ensuite leur en vendre d'autres.

Même si ces gens ne vendent pas eux-mêmes ces articles de marques régulières, ils craignent que leurs clients se laissent attirés par les grands magasins à succursales et à rayons qui se serviront des marques connues pour leurs ventes à perte. Pour cette raison,—et je demande si vous ne partagez pas mon avis,—si la mesure est adoptée, comme il semble bien qu'elle le sera, ne serait-il pas désirable d'adopter aussi une mesure législative facile d'application,—autrement elle serait nuisible,—en vue d'interdire le recours aux articles sacrifiés. A mon avis, si nous procédions ainsi, nous dissiperions une bonne partie des craintes et des appréhensions de ces petits détaillants qui sont très sincères. Si nous n'agissons pas ainsi, je crains fort que leurs appréhensions ne soient bien fondées.

Que pensez-vous de l'adoption éventuelle d'une mesure de ce genre, monsieur McGregor?—R. Vous exigez beaucoup en me demandant de répondre à cette question, qui est très importante, j'en conviens.

J'y ai songé quelque peu depuis mercredi dernier. Vous vous souvenez sans doute que j'ai discuté la question avec vous après la séance de mercredi. Cela m'a porté à rédiger le genre de réponse que j'aimerais donner à cette question. J'ai l'habitude de penser avec la plume plutôt qu'avec la langue; le Comité préférerait peut-être que je lui communique ce que j'ai rédigé sur ce point. Il serait peut-être possible de ne pas soustraire de votre temps de parole le temps que je mettrai à répondre.

M. HEES: C'est la seule question que je désire poser.

Le TÉMOIN: Je pense que bien des membres souhaitent que je réponde à la question. J'aimerais bien qu'on cesse d'employer cette malheureuse expression qu'est "article sacrifié"; on lui a attribué tellement de sens différents, qu'elle n'en a plus aucun. Telle qu'on l'a employée, même au cours des délibérations du Comité, elle peut signifier n'importe quoi, par exemple donner les articles gratuitement ou les vendre 1c. de moins que le prix marqué. Je suis aussi coupable que les autres à ce sujet, car j'ai employé l'expression, même pendant les délibérations du Comité. Pour moi, cependant, l'expression a toujours eu le sens de vendre les marchandises à un prix inférieur au prix facturé, en vue de ruiner les concurrents. Comme je l'ai dit au cours de mon témoignage, mercredi dernier (page 413), je n'approuve aucunement cette façon de procéder. J'ai même censuré la pratique des ventes à un prix inférieur au prix facturé si on y a recours pour "entraîner les gens au magasin". Quelle façon de s'exprimer! Le mot "entraîner" a un sens plutôt sinistre; ce sont habituellement les pécheurs qui entraînent les autres au mal; toutefois, le mot pourrait avoir le sens d'attirer. On ne devrait certes pas considérer comme délit criminel l'acte qui consiste à attirer les gens à un magasin, ou à les y entraîner, même en leur offrant des marchandises à un prix inférieur au prix facturé. On n'a pas mal rapporté mes paroles; je ne me suis pas exprimé assez clairement et je n'ai pas assez approfondi la question. Cependant, en employant "entraîner" au lieu d'attirer, il est assez clair, pour moi du moins, que je songeais à l'aspect immoral de cette façon de procéder.

Le PRÉSIDENT: J'entends la cloche du scrutin. M. McGregor pourrait indiquer l'endroit où il est rendu; nous poursuivrons après le vote.

Le PRÉSIDENT: M. McGregor poursuivra ses remarques là où il les a interrompues lorsqu'il répondait à la question de M. Hees.

Le TÉMOIN: Ce que j'ai dit ou pensé mercredi dernier, en 1948 ou ce que je pense maintenant importe peu. Mais je tiens à déclarer nettement que le genre de vente à un prix inférieur au prix de revient auquel je m'oppose est celui qui a pour objet de nuire aux concurrents et de les ruiner en vue d'accaparer tout le marché. A défaut d'une meilleure expression, je dirai que je suis opposé à ce que j'appellerais "le rabaissement ruineux des prix". Ayant constaté que certains groupes utilisaient cette pratique, nous l'avons condamnée dans notre rapport. Je n'ai trouvé qu'un seul marchand qui avait recours à cette méthode en plus d'autres moyens détournés pour constituer un monopole. Nous avions des preuves documentaires convaincantes. Nous avons dénoncé cette façon de procéder; le tribunal a condamné l'inculpé qui a interjeté appel.

Dans ce cas, l'article 498A du Code criminel se serait appliqué, mais la loi des enquêtes sur les coalitions s'appliquait également; elle valait non seulement à ce sujet, mais à l'égard de bien d'autres. En ce moment, la loi des enquêtes sur les coalitions permet de sévir contre "le rabaissement ruineux des prix" par des monopoles exercés par une seule société ou par plusieurs. A mon avis, il conviendrait d'édicter une autre loi qui viserait les particuliers ayant recours à cette même pratique s'il y a suffisamment de preuves que la gravité du mal motive l'adoption d'une loi pour l'enrayer. Franchement, à mon avis, la menace n'est pas aussi grave. On n'a certes pas présenté au Comité des preuves attestant que des particuliers se livrent présentement au rabaissement ruineux des prix. On vous a dit ce qui s'est passé il y a plusieurs années et ce qui se produira si l'on interdit la fixation du prix de revente. On vous a dit que certains commerçants vendent leurs marchandises à des prix inférieurs aux prix marqués et que d'autres vendent à des prix inférieurs à ceux que leurs concurrents estiment raisonnables.

M. BEAUDRY: Monsieur le président, je voudrais apporter la même objection que j'ai soulevée plus tôt. Je signale, afin d'appuyer mon argument, que nous avons convoqué de nouveau le témoin pour l'interroger au sujet de son mémoire

après avoir eu le temps d'en prendre connaissance. Il présente maintenant un exposé qui ajoute beaucoup à ce mémoire.

Le PRÉSIDENT: M. Hees ayant posé une question à M. McGregor, ce dernier a répondu que vu qu'il pouvait s'exprimer plus nettement par écrit que de vive voix, il avait préparé une réponse écrite à la question qu'il juge très importante. Il a demandé au Comité l'autorisation d'en donner lecture. M. Hees et le Comité ont accepté. C'est M. Hees qui a posé la question et le temps qu'il faudra pour y répondre sera soustrait du temps accordé à M. Hees. Vous pouvez poursuivre M. McGregor.

Le TÉMOIN: Mais quelles preuves a-t-on apportées afin de démontrer qu'un seul des 140,000 détaillants du pays a vendu des marchandises à un prix inférieur au prix facturé en vue de ruiner ses concurrents et de constituer un monopole à l'égard de la vente d'une catégorie de produits ou d'une marchandise en particulier?

L'accusation de rabais ruineux des prix remonte à l'époque où il pouvait avoir lieu de sévir contre cette façon de procéder. C'est ce qui a poussé les intéressés à établir le régime de fixation des prix de revente. Je songe à l'époque où les magasins à succursales multiples se sont lancés dans ce domaine et ont apporté des modifications qui ont révolutionné toutes les méthodes de ventes au détail. Mais les magasins à succursales ne procèdent plus comme ils le faisaient autrefois. Afin de s'implanter sur le marché, ces magasins ont recours aux grands moyens, par exemple en abaissant énormément le prix de certains articles. En examinant les annonces des magasins à succursales d'aujourd'hui, on constate qu'ils semblent avoir abandonné la pratique qui consistait à réduire fortement le prix de quelques articles, pour lui substituer des réductions moins importantes, mais s'étendant à un plus grand nombre d'articles. Les magasins à succursales ont débuté en révolutionnaires, mais avec le temps, comme les particuliers, ils sont devenus plutôt orthodoxes,—je ne dirai pas réactionnaires. L'expression "réactionnaires" décrirait peut-être bien l'attitude de nombreux magasins américains à succursales à l'égard de la fixation du prix de revente. Certains d'entre eux en sont présentement les plus ardents défenseurs. Si les magasins canadiens à succursales suivent leur exemple, mais j'en doute, un jour viendra où une nouvelle révolution commerciale s'imposera peut-être; elle pourrait revêtir la forme d'un mouvement coopératif d'envergure, qui serait aussi efficace que les meilleures coopératives locales. On emploierait peut-être aussi une autre méthode à laquelle personne n'a encore songé.

M. Hees:

D. C'est très intéressant, mais je crains qu'en fin de compte je n'aurai peut-être pas le temps d'élucider tous les points qui m'intéressent vraiment. Monsieur McGregor, vous avez dit qu'à votre avis il ne se fait pas beaucoup de ventes d'articles sacrifiés?—R. D'articles sacrifiés dans le sens que j'ai indiqué.

D. Je pense que c'est très vrai, monsieur McGregor, car la fixation des prix de revente a rendu à peu près impossible la vente à perte des produits de marques connues. Pour ce motif, les détaillants estiment que la pratique a du bon. Cependant, voici mon point: advenant l'abolition de la fixation du prix de revente, ne pensez-vous pas qu'il serait désirable et nécessaire d'édicter une mesure qui viserait les ventes d'articles sacrifiés?—R. Mais on pratique très peu le rabaissement ruineux des prix dans le commerce de l'épicerie, où la fixation du prix de revente n'est pas un facteur important.

D. Les marques de commerce assujéties à un prix fixe sont les plus faciles à employer pour les ventes à perte, car tout le monde connaît telle marque de savon ou de glacière électrique. On peut craindre que la suppression de la fixation du prix de revente favorise et rende plus facile la pratique des ventes à perte. Voilà ce qui m'inquiète, de même que bon nombre de détaillants de ma circonscription, qui voient d'un mauvais œil l'adoption de cette pratique.

M. CROLL: Ne devrions-nous pas obtenir la réponse complète à l'égard de cette très importante question?

M. HEES: Si M. McGregor veut le faire à la fin de mes remarques, je serai très heureux de l'entendre, mais je voudrais obtenir des précisions sur ce point.

Le PRÉSIDENT: Cela est déduit du temps de parole de M. Hees.

Le TÉMOIN: J'ai très peu de choses à ajouter.

Non, je ne pense pas qu'on ait tant soit peu recours au Canada aux rabais ruineux des prix et je ne crois pas qu'on y ait recours dans un avenir rapproché. Quand nous aurons des preuves concrètes qu'on emploie beaucoup cette méthode et qu'elle a de graves répercussions, ce sera alors le moment de rédiger et d'édicter une loi à ce sujet. Ceux qui ont travaillé à l'élaboration de mesures de ce genre savent à quel point il est difficile de prévoir des dispositions tendant à éviter qu'on nuise à l'occasion, à un groupe de la collectivité sans causer un préjudice beaucoup plus grave et permanent à l'ensemble de la collectivité.

La plupart des mesures adoptées en vue d'empêcher les rabais ruineux de prix atteignent la concurrence dans sa racine même et non pas seulement dans une de ses ramifications. Mais même lorsqu'on édicte des lois de ce genre, elles n'accordent pas aux marchands le genre de protection sur laquelle ils ont fondé tous leurs espoirs. Dans bien des cas, elles leur seraient même désavantageuses. Il existe, en Colombie-Britannique, une mesure relative aux prix minimums, mais même le secrétaire de la Canadian Pharmaceutical Association vous a dit (p. 159) qu'il n'en était pas au courant. Cet aveu venait d'un représentant, employé à temps continu par un groupement qui demande à être protégé contre le "rabaissement ruineux des prix". Cette loi figure aux statuts de la Colombie-Britannique depuis 1937. A mon avis, si on n'y a pas recouru pour empêcher le "rabaissement ruineux des prix" c'est qu'il n'y avait pas lieu de le faire. Si cette pratique existait, pourquoi ceux qui en ont été atteints, n'en ont-ils pas invoqué les dispositions?

M. Fulton:

D. La loi n'est pas efficace.—R. Elle est en vigueur depuis 1937.

D. Elle n'est pas efficace. On y a inséré tellement d'échappatoires qu'elle n'est pas efficace.—R. C'est pourquoi il est si difficile de rédiger un projet de loi viable; c'est justement ce que je m'efforce de souligner ici. Il est extrêmement malaisé d'établir un projet de loi qui aurait pour effet de juguler les usages auxquels nous songeons, sans que le public se ressente sérieusement du contre-coup de la mesure.

D. Mercredi dernier, répondant à une de mes questions, vous nous avez affirmé qu'une telle mesure était possible. Vous ne faites pas machine arrière?—R. J'ai dit que les légistes devraient pouvoir préparer un texte acceptable. Je suis toujours du même avis. Quant à nous, nous avons échoué.

M. Hees:

D. Monsieur McGregor, vous êtes d'avis qu'une fois la fixation du prix de revente abolie nous n'aurons guère de difficulté avec la question des ventes à perte? Je pense, et la majorité des petits détaillants également, qu'il surgira des difficultés et cela pour plusieurs bonnes raisons. Ils estiment qu'il serait souhaitable, si la chose était possible, d'élaborer une mesure à cet égard.

D. Ce serait désirable eussions-nous des preuves qu'une telle situation existe ou nous menace.—R. Cet état de choses surgira à mon avis, dès qu'on abolira la fixation du prix de revente. Il faut bien peu de temps pour ruiner les petits commerçants. De fait, avant que nous nous rendions compte des effets néfastes, que nous décidions de constituer un comité, d'entendre des témoins et de rédiger une mesure législative, il s'écoulera beaucoup de temps. Ne croyez-vous pas qu'il serait opportun, avant d'édicter cette loi, de nous demander s'il ne conviendrait

pas d'élaborer une mesure contre les ventes à perte?—R. Si un tel état de choses doit se produire, pourquoi ne s'est-il pas produit dans le commerce de l'épicerie?

D. Je me permets de répondre à votre objection, monsieur McGregor. C'est parce qu'il est beaucoup plus facile, comme vous le savez de faire de la réclame autour d'un article de marque connue qu'on désire sacrifier. Le consommateur sait exactement ce qu'il obtiendra, mais il n'en sait rien lorsqu'il s'agit de carottes, de pommes de terre ou de viande annoncées à tel ou tel prix. Il est beaucoup plus facile d'attirer les gens au moyen d'articles de marques connues.—R. Mais les épiceries vendent beaucoup d'articles portant une marque de fabrique.

Mme FAIRCLOUGH: On semble faire beaucoup état de cette question, mais ceux qui s'occupent de la vente des denrées alimentaires savent que la vente à perte ne se pratique pas dans ce commerce, parce que les marges de bénéfice sur les épiceries sont tellement faibles qu'elles ne permettent pas de sacrifier certains produits.

Le PRÉSIDENT: Je crois que votre temps de parole est à peu près épuisé, monsieur Hees.

M. Hees:

D. Je n'en pense pas moins, monsieur McGregor, qu'une telle mesure est très souhaitable; tous les petits commerçants auxquels j'ai parlé de la chose,—et ils sont très nombreux,—désirent vivement qu'on étudie sérieusement le problème. Il n'est pas prudent à mon avis, d'attendre qu'on soit aux prises avec la situation. Je crois que nous serions bien avisés de consacrer quelque temps à nous demander s'il n'y aurait pas moyen d'élaborer une mesure pratique; si nous y réussissions, la mesure projetée ne serait pas aussi préjudiciable.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Jutras.

M. CROLL: Le témoin ne finira-t-il pas sa réponse?

M. JUTRAS: S'il n'a pas terminé, il peut le faire à même mon temps de parole.

Le TÉMOIN: Je termine mes remarques relatives à la question de M. Hees en disant qu'il est étonnant que les directeurs des groupements commerciaux, qui cherchent à empêcher le "rabaissement ruineux des prix", ne sont même pas au courant de l'existence de la loi de la Colombie-Britannique. Cela corrobore mon affirmation, selon laquelle les avantages que les détaillants peuvent retirer de ce genre de loi sont illusoires. Ils semblent très prometteurs en théorie, mais il n'en est rien.

M. JUTRAS: C'est tout, merci.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Boucher? Il n'est pas encore revenu. Monsieur Shaw.

M. Shaw:

D. Monsieur le président, on a prétendu ici que le prestige du fabricant en souffre lorsqu'on abaisse les prix qu'il a établis à l'égard de ses produits en vertu de la fixation du prix de revente. Le témoin voudrait-il exposer son opinion au Comité à ce sujet?—R. Je dois dire que si la fixation du prix de revente tend à maintenir le prestige du fabricant, on peut supposer qu'une majoration de prix augmenterait davantage son prestige. Si ses concurrents sont d'avis que leur prestige diminue parce que leurs prix sont beaucoup inférieurs aux siens, ils pourraient être tentés d'accroître leur prestige en relevant leurs prix. Cela devient une question de concurrence à l'égard du prestige, une sorte de concurrence qui fait monter les prix. Je pense que les consommateurs seraient intéressés de savoir quelle partie du prix qu'ils paient sert à assurer le prestige des commerçants. Je pense qu'une certaine concurrence pourrait entraîner l'abaissement du prestige

dans la mesure où elle abaisserait les prix. Le fabricant qui cherche à maintenir son prestige ne doit pas oublier, lorsqu'il relève ses prix, qu'il ne doit pas les augmenter au point où ses produits ne se vendront plus. J'ai abordé ce point dans mon témoignage en 1948. Ce n'est pas la seule ni la principale raison qui pousse le fabricant à adopter la fixation du prix de revente; dans bien des cas, il agit ainsi pour répondre aux demandes pressantes de la part des détaillants. Il peut céder en vue de s'attirer la clientèle de ces détaillants. Il en résulte immédiatement de la concurrence entre les fabricants qui cherchent à s'arracher la clientèle des détaillants. Un fabricant leur accorde une marge de bénéfice de 25 p. 100 tandis qu'un autre n'accorde que 20 p. 100; si celui-ci ne relève pas son pourcentage, les détaillants auront moins d'intérêts à vendre ses produits.

D. Dans presque tous les cas, lorsque les associations commerciales parlent de la fixation du prix de revente elles emploient l'expression "prix proposés". A mesure que nous avons entendu leurs témoignages, le jour s'est fait sur la question. Les fabricants affirment, d'une part, que l'expression "prix proposés" est plutôt modérée, mais lorsqu'on les interroge, ils avouent qu'ils cesseraient d'approvisionner le détaillant qui abaisserait les prix et qu'ils pourraient éventuellement le contraindre à fermer ses portes. D'autres, comme l'a signalé ce matin l'Association des manufacturiers canadiens, ne cherchent aucunement à faire respecter ces prix proposés; le détaillant qui désire vendre moins cher le peut. Pourriez-vous nous faire connaître votre opinion au sujet de l'application des "prix proposés" en vertu de la fixation du prix de revente?—R. D'abord, bien des fabricants n'aiment pas trop recourir à cette méthode. On exerce souvent une très forte pression sur eux, de sorte que certains finissent par consentir à proposer un prix. Dans certains cas cela suffit, lorsque les marchands qui s'occupent de ce genre de commerce ne sont pas trop disposés à faire la concurrence. On ne saurait contraindre les marchands à faire concurrence aux autres, mais on peut susciter des circonstances qui leur rendront l'existence difficile s'ils ne se livrent pas à la concurrence. Certains consentiront peut-être à s'y livrer; peut-être n'y en aura-t-il qu'un. Mais même un seul vendeur peut tout bouleverser s'il décide d'abaisser ses prix. Le projet de loi n'interdit pas de proposer un prix de revente. Je pense que bien des vendeurs se fonderont là-dessus et s'en tiendront au prix de revente proposé, mais ils ne pourront le maintenir s'il surgit au sein de l'industrie une concurrence acharnée en matière de prix.

D. En ce qui concerne ce qui s'est déjà produit, êtes-vous d'avis que, règle générale, les fabricants appliquent rigoureusement la fixation des prix de revente?—R. Je suis probablement plus au courant du commerce de la pharmacie que des autres produits. Ayant eu à m'en occuper depuis 1925, je sais pour en avoir fait l'expérience que, de temps à autre, la fixation est rigoureusement appliquée; cependant, dans certains cas, même dans ce commerce, on n'a pas cherché à l'appliquer d'une manière trop sévère. D'une façon générale il est très difficile de faire respecter ces dispositions par les commerçants. Si l'application n'est pas assez sévère et que les prix baissent, les détaillants exerceront une certaine pression auprès du fabricant pour qu'il remédie à cet état de choses.

D. Pour poursuivre, je signale que ce n'est là qu'un aspect de l'ensemble du problème qui me tracasse énormément: l'application d'une loi imposée par des particuliers. Vous avez indiqué au cours de vos témoignages antérieurs que vous vous êtes aperçu qu'on pratiquait la fixation du prix de revente dès 1925.—R. C'était dans le commerce de la pharmacie.

D. Sauf erreur, vous avez occupé le poste de Commissaire des enquêtes sur les coalitions pendant vingt-trois ans?—R. J'ai été registraire d'abord, puis commissaire.

D. Au cours de cette période, avez-vous constaté une expansion graduelle de la pratique de fixer les prix? La pratique s'est-elle étendue de plus en plus d'année en année?—R. Je ne pense pas pouvoir dire qu'elle s'est étendue d'année

en année. Nous avons cru constater une régression de cette pratique après la cause de la P.A.T.A., toutefois la pratique s'est développée, car les divers fabricants fixaient les prix; il n'existait plus d'entente générale comme sous le régime de la P.A.T.A. dont faisaient partie les fabricants, les grossistes et les détaillants. Tous étaient membres de la même association. Il ne s'agissait pas d'une expansion d'année en année, de décennie en décennie, si vous voulez.

D. Il y avait un mouvement progressif dans ce sens?—R. Oui.

D. La chose vous a-t-elle déjà inquiété au point de proposer une mesure législative à ce sujet?—R. Nous avons longuement étudié la question, mais nous n'avons jamais été sur le point de proposer une mesure législative à ce sujet.

D. Cela ne provient-il pas de ce que la loi actuelle des enquêtes sur les coalitions ne vous permettrait pas d'agir, même si vous le désiriez?—R. Je pensais que nous aurions pu prendre des dispositions en vertu de la loi telle qu'elle existait; au cours des années qui ont suivi la guerre nous étions aux prises avec plusieurs cas très graves d'une autre espèce. Il fallait s'occuper de plusieurs cas précis; vous vous souvenez sans doute des nombreux cas qui ont surgi en 1947, 1948 et 1949. Au cours de cette période, nous avons songé à la fixation du prix de revente, mais c'était dans les moments creux de notre activité.

D. Mais vous êtes d'avis que la situation était suffisamment grave pour vous motiver de sévir?—R. C'était sûrement notre opinion en 1948; si nous n'avions eu alors qu'à nous occuper de la fixation du prix de revente, nous aurions certes proposé le genre de mesure dont vous êtes saisis.

M. Murray:

D. Vous êtes-vous déjà occupé du commerce de la pharmacie au détail?—R. Non, monsieur.

D. Même si vous ne vous êtes pas montré très aimable envers nous et ne voyez pas notre attitude d'un œil bien sympathique, je ne m'exprimerai pas de la même façon à votre sujet. Je veux d'abord vous dire que le public apprécie le rôle du pharmacien-détaillant dans l'économie canadienne, nonobstant ce que vous avez dit, nous rendons des services professionnels nécessaires à la protection de la santé et du bien-être de la population.

Je me permets, monsieur McGregor, de rappeler les paroles suivantes: "la suppression de la fixation du prix de revente aura sans doute peu d'effet sur le coût de la vie", que le *Globe and Mail* du 21 novembre 1951 attribue à notre premier ministre. Êtes-vous d'accord avec cette affirmation?—R. M. St-Laurent voulait dire, je suppose, qu'un très petit nombre seulement des articles auxquels s'applique l'indice du coût de la vie sont assujétis à la fixation des prix. Somme toute, la fixation des prix de revente ne touche qu'une partie du commerce de détail.

D. Quelle proportion?—R. Les estimations vont de 10 à 15 et à 30 p. 100.

D. Vous ne le savez pas exactement?—R. Non.

D. Êtes-vous toujours d'avis qu'une place honorable est réservée dans chaque localité, au petit commerçant, à l'épicier, au boulanger et même au pharmacien?—R. En tant que fils d'épicier-détaillant, ce dont je suis très fier, j'ai, non par pitié mais par sentiment de camaraderie, beaucoup de sympathie, pour le distributeur, dont j'apprécie à sa valeur le travail indispensable qu'il accomplit dans ce domaine. Je suis d'avis que son apport à la collectivité est considérable, mais que ceux dont le volume d'affaires est insignifiant n'y gagnent en tout cas pas leur vie; ce n'est donc pas une preuve de bienveillance à leur égard que de les encourager à poursuivre leurs efforts au moyen de mesures limitatives. Même les commerçants dont le chiffre d'affaires annuel se monte à $20,000, soit, en 1941, moins de 50 p. cent des pharmaciens n'en tirent guère de quoi vivre.

D. Je remarque à la page 10 de votre mémoire une déclaration portant que pendant des années, ni les épiceries ni les épiciers détaillants indépendants n'ont disparu, mais que leurs affaires marchent fort bien. Il m'est difficile de le croire, monsieur. Dans ma propre ville, qui comptait autrefois neuf épiciers indépendants établis dans le quartier des affaires, il n'en existe plus que deux. Il est donc difficile de croire votre affirmation.—R. J'ai ici quelques données tirées de l'*Annuaire du Canada* sur le nombre des faillites dans le commerce des produits alimentaires. En 1949, il y en a eu 60 sur les 48,468 détaillants du Canada. Il y en a eu 45 en 1948, 25 en 1947, 5 en 1946 et 7 en 1945. Au cours de la même période, le relevé des faillites dans le commerce des produits pharmaceutiques ainsi qu'en fait encore foi l'*Annuaire du Canada*, aux mêmes pages n'en accusaient qu'une en 1949, une en 1948, une en 1947, une en 1946, aucune en 1945 et deux en 1944. Je ne vois donc pas pourquoi il n'y aurait pas lieu de dire que leurs affaires marchent toujours. Il serait peut-être exagéré de déclarer qu'elles marchent bien, mais elles marchent encore.

D. Étant donné que mon esprit n'est pas aussi vif, aussi brillant que celui de certains membres du barreau tels que MM. Phelan et Favreau, je ne vous exposerai qu'un cas élémentaire: Supposons que vous êtes un de mes commis et que le rabaissement ruineux des prix aurait atteint des proportions sérieuses; vous travaillez dans mon magasin qui vend deux genres de pâte à dent: l'une des deux, lancée à coup de publicité par tout le pays, est connue et acceptée par le public mais le rabaissement ruineux des prix l'a reléguée au niveau où elle ne rapporte plus rien. Qu'allez-vous faire quand un client entre dans le magasin? Allez-vous lui montrer seulement celle-ci, ou l'autre produit sur lequel vous réalisez un plus grand profit? Lequel pousseriez-vous à ma place? —R. Il me semble que je pousserais celui qui me rapporterait le plus.

D. Vous iriez peut-être jusqu'à vous abstenir d'exposer cet article, de le vendre ou de le montrer?—R. Non, je n'irais pas aussi loin que cela.

D. C'est cependant ce qui est arrivé. Ne croyez-vous pas que cela pourrait se répéter?—R. Et bien, si l'on peut prouver que la mévente ruineuse a atteint ce point ou qu'elle l'atteindra probablement, il sera temps, à mon avis, d'étudier l'à-propos d'une mesure législative; mais il ne faudrait pas oublier la difficulté de formuler une mesure législative qui supprimerait ce seul aspect sans nuire à d'autres.

En ce qui concerne la coutume de vendre au-dessous du prix de revient, des épiciers détaillants vendent le 4 décembre, dans cette ville d'Ottawa même certaines marchandises à un prix inférieur au prix de revient en y ajoutant 5 p. 100; c'est là une coutume régulière.

L'hon. M. HORNER: Cela dépend du chiffre d'affaires réalisé.

M. BEAUDRY: Sur quel genre de produits?

M. CROLL: Si vous perdez sur toute la ligne, ou sur un grand nombre d'articles, comment pouvez-vous vous rattrapper sur votre chiffre d'affaires?

Le PRÉSIDENT: Monsieur Murray, voudriez-vous continuer? Vous avez deux minutes.

M. Murray:

D. Monsieur McGregor, j'en conclus donc que vous ne jugez ni bon ni équitable de compromettre l'effort du fabricant qui a mis au point un produit de qualité, qu'il a annoncé et fait accepter par la clientèle au cours des ans?—R. A mon avis, il n'y aurait pas lieu de prévoir des dispositions spéciales pour la protection du fabricant. En offrant ses produits, il se hasarde, comme tout le monde, sur le marché.

D. Mais si moi, à mon tour, je ne le montre ni ne l'expose, est-ce que je suis de bonne foi envers lui?—R. Je n'ai pas dit que je le ferais si j'étais commis dans votre magasin.

D. Nous sommes évidemment dans le commerce afin d'y réaliser un profit et si cet article ne me rapporte rien, j'en pousserai un autre plus avantageux.

M. CROLL: Un ban pour l'entreprise privée.

M. Murray:

D. En d'autres termes: Supposons que je vous aie engagé pour gérer mon entreprise, ce que je devrai peut-être faire si la mesure est adoptée . . . —R. Je ne suis pas disponible, monsieur.

D. Et bien, supposons que vous soyez libre et que je vous engage pour vendre des cigarettes dans mon magasin à 10 p. 100; vous vendrez également avec une majoration de 15 p. 100, beaucoup de matériel sanitaire prescrit par les médecins de la localité, ainsi que beaucoup de remèdes brevetés, de cosmétiques, de poudres, etc., à je ne sais quel prix. Aujourd'hui la majoration est d'environ 33½ p. 100, mais si votre idée fixe est adoptée et mise à exécution, ce pourcentage subira une diminution considérable. Il est vrai que vous vendrez également beaucoup de spécialités pharmaceutiques comportant un pourcentage légèrement plus élevé, mais il résultera de tout ceci que vous devrez avoir une marge de bénéfices brut de 28·9 p. 100, si l'on tient compte des chiffres du Bureau fédéral de la statistique pour l'année 1950.—R. Afin de couvrir vos frais?

D. Il s'agit de la marge de bénéfices brute.

M. HEES: Avec cela vous arriveriez à joindre les deux bouts?

M. MURRAY: Non, il s'agit de la marge de bénéfices brute. Les frais d'exploitation s'élevaient l'année dernière d'après le Bureau de la statistique, à 17 p. 100.

Le PRÉSIDENT: C'est votre dernière question, monsieur Murray.

M. Murray:

D. Eh bien, je vous demanderais de quelle façon vous comptez compenser la marge considérable que vous supprimerez sur ces articles? Aujourd'hui une pharmacie fait le commerce d'environ 10,000 articles. On a déjà dit que 60 p. 100 de ces articles appartiennent aux produits dont le prix est fixé. Vous serez contraint, n'est-ce-pas, pour conserver votre commerce de majorer le prix des autres soit de 40 p. 100 des produits?—R. Si vous pouvez les majorer malgré la concurrence des autres commerçants. Mais vous parliez d'une marge brute de 28·1. Quelle proportion de cette marge représentent vos frais d'exploitation?

D. 17 p. 100?—R. 17 p. 100. Cela ne signifierait-il pas un bénéfice net de 11·1 p. 100?

D. Non, le profit net se monterait à 11·9 p. 100, non compris le traitement du propriétaire, ni l'impôt sur le revenu.—R. Parfaitement. Considérons la question sous cet angle: Vous dites que l'entreprise doit couvrir vos frais. Ces frais diffèrent selon les circonstances. Si une pression s'exerce dans le sens du rabaissement des prix, vous trouverez peut-être qu'il vous faudra réduire vos frais d'une façon ou d'une autre. C'est d'ailleurs ce qui a lieu.

Quand quelqu'un touche un revenu de $4,000, le coût de la vie pour lui se rapproche probablement de ce chiffre. Puis voilà M. Abbott qui vient nous dire . . .

M. CROLL: Et M. Sinclair. N'oubliez pas M. Sinclair.

Le PRÉSIDENT: Ce n'est qu'un partisan loyal.

Le TÉMOIN: Remontons aux jours où l'impôt sur le revenu augmentait. Le revenu égalait alors, pour ainsi dire, les frais et l'on se demandait comment se tirer d'affaire à moins. Puis M. Ilsley est venu nous dire en substance: Votre revenu diminuera de $500, ce qui représente l'impôt que vous allez payer. Étant donné la pression irrésistible qui s'exerçait par ailleurs sur mon revenu, j'ai dû trouver le moyen de ramener mes dépenses essentielles au niveau plus bas, tout comme l'homme d'affaires devra trouver moyen de le faire quand la concurrence le forcera à comprimer ses frais.

Au cours de l'enquête sur le charbon que nous avons menée en 1933, nous avons employé des comptables, et dépensé $25,000 afin d'établir les frais d'importation et de distribution d'une tonne de charbon. On a constaté que les bénéfices atteignaient environ 59c. la tonne, le prix du charbon étant de $14.50 la tonne environ. Deux ou trois ans plus tard a eu lieu une autre enquête, menée par M. Tory. Cette enquête qu'il a faite avec le concours de ses comptables a révélé que, malgré une augmentation des frais de près de $2.00 la tonne, et une diminution du prix de $1.50 environ, soit de $15.50 à $13.50, le profit net réalisé était encore de 25c. la tonne.

Une pression s'était en effet exercée sur les frais; d'autre part, les fournisseurs en Angleterre avaient câblé aux importateurs canadiens, pour leur dire qu'étant donné que depuis que les accords visant à réglementer les prix ne s'appliquent plus, les importateurs n'avaient plus le marché en main, comme auparavant, ils allaient leur accorder une réduction de deux ou trois shillings la tonne. C'est ce qu'ils ont fait et les frais administratifs et autres furent réduits.

Jusqu'à ce que la concurrence exerce une pression sur les prix, les frais resteront probablement les mêmes.

D. Je sais apprécier vos observations, monsieur McGregor, mais il me semble qu'en tant que commerçants, nous combattons aujourd'hui deux tendances: l'augmentation du prix de revient d'une part et la réduction de la marge de l'autre. C'est pourquoi je ne vois pas comment votre théorie s'accorde avec la marche des affaires.

Le PRÉSIDENT: La parole est à M. Blair.

M. Blair:

D. Monsieur McGregor, en parlant du commerce des produits pharmaceutiques, vous avez mentionné la suppression du petit pharmacien peu compétent. J'ai conclu de certaines de vos observations, que certaines pharmacies n'ont jamais réalisé un gros volume d'affaires. Il me semble que certains de ces petits détaillants sont établis dans les quartiers périphériques où ils sont nécessaires; l'un ou l'autre s'est vu obligé de faire le commerce de marchandises tels que les journaux et revues, ainsi que d'autres articles que l'on ne trouve pas dans certaines des pharmacies plus importantes. Serait-il sage et conforme à l'intérêt public de supprimer ces petits détaillants que l'on taxe d'incompétence?—R. Je vous signalerai que je n'ai pas employé le terme "incompétent", j'ai dit "volume peu considérable".

D. J'ai cependant entendu le mot "incompétent".—R. Je l'ai peut-être employé, mais j'ai tâché de l'éliminer de mon vocabulaire quand il s'agissait du commerce. Le terme d'"incompétence" figurait sur le tableau de Dun & Bradstreet que j'ai cité et c'est probablement de là que vient le mot.

D. Vraiment?—R. Il est vrai que dans les quartiers périphériques, certaines pharmacies peuvent être très importantes. Il est probable qu'elles peuvent se maintenir et sans rentrer dans la catégorie des commerçants à petits chiffres d'affaires dont j'ai parlé. Ce pharmacien peut se tirer d'affaires parce qu'il a d'autres sources de revenu provenant d'un autre genre de commerce.

D. Ma seconde question se rapporte au fait que le pharmacien s'appelait autrefois "apothicaire". Il vendait principalement des produits pharmaceutiques et exécutait des ordonnances. J'ai pu remarquer, toutefois, qu'un changement est intervenu et que le pharmacien ne mélange plus les poudres ni les onguents; dans beaucoup de cas, il n'exécute même pas les ordonnances pour les remèdes liquides. Il ne fabrique pas non plus de pilules conformément à une ordonnance de médecin. Serait-il sage, à votre avis, de confier la vente de produits pharmaceutiques aux épiceries, même s'il s'agissait de préparations brevetées ou d'une spécialité? Je citerai, à titre d'exemple, le Pablum. Souvent un médecin prescrira un certain genre d'aliments pour bébés, soit un produit lacté, du Pablum, ou quelque chose du même genre. Serait-il sage d'en confier progressivement le commerce aux épiceries? Je pourrais vous citer un exemple: J'ai toujours été d'avis que des comprimés dans le genre des A.B.S. & C. devraient se vendre sous surveillance directe, parce que, de temps en temps, un enfant souffrira d'empoisonnement par la strychnine.

Si un grand nombre de ces préparations tombaient entre les mains de l'épicier, il en résulterait un état de choses plus ou moins dangereux. J'admets que les magasins de campagne sont obligés de tenir des produits de pharmacie vétérinaire; ils vendent également certaines préparations considérées comme produits brevetés ou comme spécialités. Mais serait-il sage de permettre aux épiceries de les vendre en faisant concurrence aux pharmacies?—R. Il me semble que cela concernerait ceux qui sont chargés d'appliquer la loi des aliments et drogues. L'État a déjà empêché, à juste titre, les magasins autres que les pharmacies de faire le commerce de certains genres de produits pharmaceutiques. Il me semble qu'il appartient à ceux qui sont chargés de l'exécution de la loi de décider de l'opportunité d'amplifier cette liste. Toutefois, je ne suis pas d'avis qu'il y a un grand nombre des articles que vendent à l'heure actuelle les épiceries, qui devraient figurer uniquement dans les pharmacies.

D. Eh bien, certaines épiceries, à l'exception des gens de la campagne, s'intéressent peu à peu à d'autres genres de commerce. J'appelle votre attention sur la période d'apprentissage que doit effectuer tout pharmacien. Il doit suivre des cours à l'université pendant quatre ans; n'est-il pas raisonnable de confier la vente des remèdes au pharmacien? En effet, le public est mieux protégé si c'est un pharmacien et non un commis d'épicerie qui les lui vend.—R. A mon avis, il n'est pas nécessaire que ce soit des professionnels . . .

D. Je compare le pharmacien au commis d'épicerie. Le pharmacien est tout de même un homme qualifié?—R. Mais vous n'avez pas besoin d'un homme qualifié pour vendre un paquet de kleenex, une boîte de Pablum, ou même une bouteille de comprimés d'aspirine, si vous voulez. Lorsqu'un client va dans une pharmacie pour y acheter une bouteille de comprimés d'aspirine, le commis préposé à la vente des remèdes ne va pas refuser de la lui vendre ni lui donner son avis sur l'opportunité de cet achat.

D. Je pourrais vous dire que les apothicaires n'existent plus et que les pharmaciens doivent ajouter d'autres articles aux produits pharmaceutiques pour gagner leur vie. N'est-ce pas vrai?—R. Oui, c'est bien là mon avis.

D. On a parlé de pharmacies qui demanderaient le prix marqué sans rabais; d'autre part, vous vous rendez compte que les ordonnances exécutées, les remèdes préparés par une société peuvent avoir beaucoup plus de valeur que ceux d'une autre société. Je citerai un cas courant, celui des comprimés de vitamines B. Il y a certaines maisons fabriquant ces comprimés, parmi lesquelles je puis mentionner des sociétés dignes de confiance telles que Squibbs, Burroughs, Parke-Davis, qui font figurer sur l'étiquette la composition du remède qui correspond exactement à ce qu'on est en droit d'exiger. Néanmoins, certains grands magasins à succursales multiples dans le genre des magasins Eaton, vendront des comprimés contenant diverses sortes de vitamines B au quart du prix des autres; le public dira néanmoins: "Tiens, c'est un composé de vitamines B".

Cela nous amène à la question de la normalisation des produits pharmaceutiques. Supposons un cas de maladie du cœur: quelqu'un qui doit prendre de la digitaline sous une forme quelconque. Je puis, et c'est ce qu'il m'arrive souvent de faire, inscrire au bas de la page le nom d'une certaine maison parce que je sais que son produit est de bonne qualité. Il me serait possible d'obtenir de la digitaline pour un tiers de ce prix dans une autre pharmacie, ou le pharmacien lui-même pourrait y substituer le produit d'une autre compagnie. J'aimerais m'assurer que le malade obtiendra la dose normale de ce remède afin de bénéficier entièrement de son effet. Une teinture de digitaline peut être faible du point de vue de la norme, et il est très important de fournir au malade la dose appropriée. La même chose peut s'appliquer à d'autres remèdes comme l'extrait de foie. Le marché en est plein. Beaucoup de sociétés lancent ces produits en y marquant un certain prix. En ce qui concerne, par exemple, le composé de vitamines B, ne croyez-vous pas qu'il vaut mieux acheter un produit normalisé portant le nom d'une fabrique de produits pharmaceutiques digne de confiance?—R. Le médecin mettra sur son ordonnance le nom de Squibbs et non pas de XYZ.

D. Mais il arrive parfois (pour m'en tenir aux composés de vitamine B, que j'ai mentionnés tantôt), que le client entre dans une pharmacie pour vous déclarer ensuite: "Mais j'ai vu ce produit chez Eaton à un quart du prix". Ne croyez-vous pas que dans ce cas le prix fixé témoigne de l'intégrité de la société qui fabrique le produit?—R. J'aimerais avoir quelques renseignements complémentaires au sujet du prix de revient en premier lieu, du coût des ingrédients ainsi que du rôle qu'y joue l'élement "prestige". Un grand nombre de personnes préfèrent le comprimé d'aspirine Bayer précisément parce qu'il coûte 79c. et n'achèteront aucune autre marque meilleur marché.

D. Nous n'allons pas délibérer 20 minutes sur la question Bayer. Il s'agit des marques de commerce; après avoir laissé le public s'habituer à l'usage de son aspirine pendant vingt ou vingt-cinq ans, la société Bayer a fait valoir ses droits relatifs à la marque de commerce de sorte que les autres sociétés ont dû vendre leur produit sous un autre nom. On les appelle "comprimés A.S.A" ou "acétyl-salicylicate, 5 grains". C'est une question de marque de fabrique.

Le PRÉSIDENT: C'est votre dernière question.

M. BLAIR: Je reviens à celle-ci.

M. FULTON: M. McGregor est d'accord sur ce qu'il voudrait mieux obtenir des données et des chiffres concernant le prix de revient.

Le PRÉSIDENT: Sur le prix de revient des comprimés d'aspirine ou de certains produits.

M. Blair:

D. Ma dernière question a trait aux spécialités pharmaceutiques qui ne rentrent pas dans la catégorie des spécialités ou remèdes brevetés. Il y a bon nombre de bonnes maisons dignes de confiance qui offrent ce qu'elles appellent leur propre spécialité qui porte (voir l'étiquette) la composition du produit. J'en connais quelques unes; j'en connais une en particulier qui n'a pas changé le prix de son produit depuis vingt-cinq ans. Il s'agit d'un prix fixé, mais on ne l'a pas modifié. En ce qui concerne les remèdes qui constituent la spécialité de certaines maisons, je ne parlerai pas des remèdes et spécialités brevetés mais il faut admettre que, si elles ont parfois quelque valeur, elles n'offrent pas toujours la contre-valeur de votre argent. Mais, en ce qui concerne les spécialités dont je parle, j'ai pris la peine de vérifier et d'obtenir quelques renseignements qui m'ont permis de constater que certaines de ces bonnes maisons n'ont jamais changé le prix de leur spécialité bien qu'il soit fixé.—R. Vous dites qu'il s'agit d'un nombre considérable d'années?

D. Je connais une société qui n'a pas changé le prix de ses produits pendant vingt ans.—R. Il me semble qu'elle a dû débuter avec une bonne marge, si l'on considère l'augmentation des frais de main-d'œuvre et de tous les autres frais qui s'est produite.

M. Fulton:

D. Et l'augmentation du chiffre d'affaires due à une publicité d'envergure nationale? Ne constituerait-elle pas un facteur tout aussi important?—R. Elle aurait évidemment un certain effet.

Mme Fairclough:

D. Il me semble, Monsieur McGregor, que le chiffre des faillites que vous avez mentionné s'augmenterait sensiblement si l'on tenait compte des commerçants qui, sans déclarer effectivement la faillite, ferment leur porte en payant leurs dettes. Sur le plan des tout petits commerçants, cela se voit très souvent. L'intéressé voit que son commerce s'en va et il n'attend pas de voir sa dette s'accroître de façon à l'obliger à faire faillite. Comme vous n'avez aucune donnée à ce sujet, les chiffres que vous nous avez cités ne peuvent guère être considérés comme l'état exact des faillites au Canada.—R. Ces chiffres ne comprennent pas les cas où sont intervenus des règlements; comme vous dîtes, il peut y en avoir beaucoup.

D. Vous avez parlé de 236 pharmacies dont le chiffre d'affaires restait au-dessous de $5,000. S'agit-il uniquement d'eutreprises autonomes ne faisant que le commerce des produits pharmaceutiques ou de rayons de grands magasins? —R. Ces pharmacies dans les régions rurales fonctionnent peut-être de pair avec un autre genre de commerce; elles ne seraient pas susceptibles de disparaître.

D. Néanmoins, vous avez déclaré qu'il serait tout aussi bien de voir ces gens se retirer des affaires, puisqu'ils ne réussissent pas à y gagner leur vie.—R. Ceux qui ne réussissent pas à gagner leur vie sont ceux qui auront de la difficulté à conserver leur commerce.

D. Mais vous avez parlé de ces 236 en mentionnant également quelques autres entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à $10,000; vous avez donné à entendre que ces gens pourraient tout aussi bien se retirer des affaires, étant donné qu'ils ne gagnaient pas assez pour vivre?—R. J'ai dit qu'ils prendraient peut-être la décision d'abandonner les affaires parce que leurs bénéfices seraient insuffisants.

D. Le sens y était quels que soient les mots employés, je dirai puisque on a beaucoup discuté les entraves à la concurrence, que si vous poussez ces gens à fermer leur porte, vous aurez moins de débouchés pour la marchandise; si d'autre part, vous avez moins de débouchés, la concurrence diminuera puisque celle-ci jouera surtout dans les grandes agglomérations et dans les grands magasins.—R. Il est évident que la concurrence existe entre les grands et les petits magasins, comme elle oppose les unes aux autres les grandes entreprises.

D. Il y a donc une tendance à concentrer le commerce dans les grandes entreprises?—R. Pas toutes les branches du commerce. En ce qui concerne les entreprises à succursales multiples, vous devez en savoir plus que moi sur la proportion de leurs affaires; celle-ci s'est accrue progressivement depuis les années vingt et cet accroissement a atteint probablement à l'heure actuelle son sommet.

D. A la suite de déclarations qu'ont faites cet après-midi d'autres membres de ce Comité, je dois dire qu'on a l'impression, que vous approuveriez résolument la suppression de ces petites entreprises?—R. Je ne l'approuve pas, je dis simplement qu'elles disparaîtront d'elles-mêmes automatiquement.

D. Vous dites qu'elles vont disparaître automatiquement, mais vous appuyez la mesure qui les obligera à disparaître.—R. A mon avis, les entreprises qui disparaîtront sont celles qui n'ont pas réalisé assez de bénéfices. Celui qui ne gagne que $1,000 ou $2,000 sera peut-être enclin à se retirer d'un domaine du commerce en raison de l'insignifiance de ses recettes.

Le PRÉSIDENT: L'un de nos membres signale que les chiffres cités plus tôt par M. McGregor, étaient ceux de 1941 et s'appliquaient aux pharmacies dont le chiffre d'affaires ne dépassait pas $5,000 et $10,000 respectivement.

Le TÉMOIN: Ces chiffres sont extraits du dernier recensement qui a eu lieu en 1941.

Mme Fairclough:

D. Ces chiffres ne pourraient valoir aujourd'hui parce que 1941 était une époque entièrement différente. Pour continuer dans le même sens, qu'adviendra-t-il des commerçants qui abandonneront la partie? Nous pouvons tous nous rappeler je crois ce qui nous est arrivé entre 1941 et 1946. A cette époque-là, le consommateur a souffert de la pénurie d'un grand nombre de marchandises et nous avons fondé un organisme compliqué afin d'assurer la distribution équitable des denrées. Si les petits commerçants dont nous parlons se voient écartés des affaires, cela signifiera, si nous connaissons une nouvelle période de pénurie, les habitants des régions éloignées et ceux qui vivent dans les petites localités auront beaucoup moins de chances de recevoir la proportion de marchandises qui leur revient.—R. La période 1941–1946 était une période critique déterminée par la guerre. Au cas où cet état de choses se renouvellerait, on serait contraint à mon avis, de modifier entièrement le mode de réglementation existant, comme on l'a fait en 1941, en passant d'une économie fondée sur la concurrence à une régie directe des prix par l'État, qui non seulement réglementerait les prix mais rationnerait les marchandises.

D. Il ne serait guère possible de rétablir les magasins qui ont fermé entre temps leur porte afin qu'ils fassent le commerce des denrées dont il y a pénurie. L'un des succès remportés au cours de la dernière guerre, s'est traduit par la façon extrêmement efficace dont on s'est occupé des denrées, dont on les a distribuées à travers tout le Canada; mais il n'aurait pas été possible d'atteindre le consommateur sans l'intervention du petit commerçant qui rendait service à sa localité en disant: "Je vais m'assurer que Mme Jones et Mme Smith reçoivent chacune leur quote-part." Ces petits commerçants ont veillé à ce que les gens ne se rendent pas de magasin en magasin afin d'y acheter des articles qu'ils entasseraient dans leur cave. Il y avait alors pénurie de beaucoup d'articles non rationnés. Je ne crois pas que le problème consiste uniquement à savoir si le fabricant a le droit de protéger ses bénéfices en établissant un prix.

La prochaine question que j'aborde est la suivante: Sauf erreur de ma part, vous avez donné à entendre que fixer le prix d'un article constituait un délit ou que la loi en ferait un délit. Que feriez-vous dans le cas d'un fabricant qui est son propre distributeur? Le meilleur exemple en serait le grand magasin qui possède ses propres marques et ses propres ateliers de fabrication. Si fixer le prix devenait un délit en vertu de la mesure envisagée, que diriez-vous du fabricant qui produit un article pour le vendre dans son propre magasin à un prix qu'il fixe sans doute en fonction d'une certaine marge de bénéfices.—R. Il ne fixe pas le prix de revente, il établit simplement son propre prix de vente. Le fabricant a le droit de fixer son prix de vente et celui qui possède ses propres organes de distribution a le droit d'établir ce prix.

D. Monsieur McGregor, je suppose qu'en définitive, l'objectif des deux fabricants, qu'ils aient ou non des débouchés pour la vente au détail, reste le même? C'est-à-dire, celui de vendre leurs produits; s'ils trouvent avantageux de pourvoir l'article en question d'une dénomination de commerce, d'annoncer leur marque, de fixer un prix ultime, pourra-t-on dire que le fabricant qui n'a pas de débouché pour la vente au détail, n'a pas la même importance que celui qui en possède?—R. Il s'agit d'une autre série; il faut tenir compte ici du grossiste qui fait l'intermédiaire et du détaillant. Le fabricant qui fixe son propre prix de revente au consommateur prend sur lui d'établir les frais d'exploitation du distributeur. Il détermine sa marge.

D. Il en sera de même quoi qu'il fasse. Il possède ses propres entrepôts et il peut livrer ses produits directement de la machine qui les fabrique au comptoir qui les vend. Il doit avoir ses propres entrepôts et son propre service de distribution, qu'il fasse passer sa marchandise par le grossiste, le détaillant, ou non, n'est-ce-pas?—R. En effet.

Le PRÉSIDENT: C'est votre dernière question, Mme Fairclough.

Mme Fairclough:

D. Bien. Vous avez dit tantôt que vous ne vous opposiez pas (je crois que vous avez dit que vous ne vous opposez pas ou plutôt que le rapport ne s'opposait pas) à ce que "l'on propose un prix de revente". On a discuté la différence qui existe entre le prix de revente proposé et le prix de revente strictement fixé. Certains prix proposés seront maintenus d'une façon plutôt rigide; on sait qu'il y a un certain nombre de prix que le fabricant ne fait que proposer, le détaillant n'est ni tenu par le fabricant de l'exiger ni protégé par celui-ci. Ces prix-là ne seront pas visés par la loi qu'on se propose d'adopter. Jusqu'où pourrait aller, pensez-vous, la réglementation des prix proposés de revente? Jusqu'à mentionner par exemple un prix sur le produit?—R. Oui, elle pourrait aller jusque-là.

D. Pensez-vous qu'il ne serait pas illégal, en vertu de la mesure proposée, de mentionner un prix sur une étiquette, une bouteille, ou une chemise?—R. Non, je ne pense pas qu'il en soit ainsi aux termes de la proposition qui nous occupe ici. Ce projet de loi ne va pas jusqu'au bout, mais il pourrait peut-être empêcher la fixation des prix. La méthode des prix proposés empêche encore dans de nombreux domaines la concurrence effective. Vous pourriez constater plus tard, d'ici quelques années par exemple, qu'elle est nuisible et qu'il faut y remédier.

D. Vous êtes donc d'avis qu'il pourrait y avoir lieu, à titre de prochaine mesure, d'abolir la méthode des prix proposés?—R. Il pourrait arriver que la concurrence ne joue plus. Si une telle situation ne se produit pas, je pense qu'il ne faut pas toucher à la méthode des prix proposés. Aussi longtemps qu'on restera libre de refuser la proposition du fabricant, il vaudra probablement mieux conserver le projet de loi tel qu'il est conçu.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Croll?

M. CROLL: Monsieur McGregor, voudriez-vous expliquer quelque peu votre définition du "rabaissement ruineux des prix"?

L'hon. M. HORNER: Nous l'avons discuté tout au long.

Le PRÉSIDENT: Monsieur le sénateur Horner, M. Croll a droit à ses cinq ou dix minutes comme tout autre membre du Comité. Il peut poser une question s'il a besoin d'éclaircissements. Un grand nombre de questions ont nécessité des précisions.

L'hon. M. HORNER: Il me semble que le témoin prend trop de temps. Ce matin, au cours de l'enquête, on a invité le témoin à répondre par oui ou par non.

Le PRÉSIDENT: J'avais l'impression, qui vous semblera peut-être étrange, que le témoin comparaissait afin de nous renseigner. Il est ici pour qu'on l'interroge dans ce sens. Il faut obtenir de lui des renseignements.

L'hon. M. HORNER: Cette conversation est fort intéressante, mais le travail n'avance pas. Il pourrait répondre un peu plus vite.

Le PRÉSIDENT: Pourriez-vous reprendre votre interrogatoire, monsieur Croll?

Le TÉMOIN: J'ai dit du "rabaissement ruineux des prix" que c'était une vente effectuée au-dessous du prix facturé afin de . . .

M. Croll:

D. . . . d'établir un monopole?—R. D'établir en fin de compte un monopole, ou d'arriver à ce résultat en forçant les concurrents à abandonner les affaires.

D. Faisant suite à certaines questions qu'ont posées d'autres membres du Comité,—vous avez lu le procès-verbal, je pense? Vous avez suivi le compte rendu du Comité?—R. Pas tous les témoignages. Je n'ai pu me maintenir à la page.

D. Une des choses qui m'inquiète, comme elle inquiète certains membres du Comité, c'est la déclaration que renferme le mémoire présenté par la maison Eaton, ainsi que les déclarations que contenaient les télégrammes (veuillez rectifier si je me trompe, monsieur le président, si je n'ai pas les noms exacts) envoyés par les maisons Eaton, Morgan, Hughes d'Hamilton, ainsi que Murphy-Gamble d'Ottawa à ce qu'il me semble? Et une autre maison encore?

Le PRÉSIDENT: Calps, de Saint-Jean.

M. CROLL: Ces cinq grands magasins à rayons ont décidé de télégraphier au Comité pour lui indiquer qu'ils se prononçaient en faveur de la mesure législative.

Le PRÉSIDENT: Pardon, ils n'ont pas télégraphié au Comité, mais au président de leur association.

M. CROLL: En effet, et il en a fait part au Comité. Auriez-vous quelque remarque à ce sujet, monsieur McGregor? Cette question nous donne quelque inquiétude.

M. FULTON: Pourquoi vous inquiète-t-elle?

Le TÉMOIN: Nous n'avons là qu'une demi-douzaine de membres de la Fédération du commerce de détail, mais ce sont des membres très importants. Leur chiffre d'affaires est considérable mais il y en a beaucoup d'autres: Hudson Bay, David Spencer . . .

M. FULTON: David Spencer appartient maintenant à Eaton.

M. CROLL: Bon, . . . et encore la société Simpson. Admettons pour l'instant, qu'ils n'ont pas eu l'audace de télégraphier ou de transmettre leurs instructions à leur association, . . .

M. HEES: Il y en a deux dont le nom n'a pas été mentionné.

M. CROLL: Je suppose . . .

M. BEAUDRY: Pourquoi supposer?

M. CROLL: Permettez-moi tout simplement de poser la question.

Le PRÉSIDENT: Ces sociétés ont indiqué que c'était bien là leur opinion, mais qu'elles ne désiraient pas voir leurs noms . . .

M. CROLL: Vous souvenez-vous du témoignage de M. Harris? Il a dit, je crois, qu'il aurait aimé que fussent formulées certaines observations mais qu'à son avis, il ne devait pas le faire.

Le PRÉSIDENT: Écoutons le témoignage de M. McGregor, et laissons-là celui de M. Harris.

M. Croll:

D. Je suppose pour l'instant, que les autres sociétés étaient trop timides pour se mettre en rapport avec leur oganisation.—R. Je n'en sais rien.

D. Non, non, mais je le suppose. Cinq ou six sociétés ont donc exprimé cette opinion et le Comité s'inquiète de ce que ces grands magasins se soient prononcés en faveur de la mesure. Il estime que la loi envisagée a quelque chose de "sinistre" (ce mot rend bien ma pensée).—R. Et la question?

D. Je vous demande ce que vous en pensez.—R. Ces sociétés expriment leur opinion, comme le ferait toute autre entreprise grande ou petite.

D. A votre avis, elles agiraient dans leur propre intérêt?—R. Parfaitement.

D. Pour en revenir à la question: certains d'entre nous ne peuvent concilier l'intérêt de ce groupement très important avec celui des petits détaillants. Et nous craignons, si l'on veut tenir compte des deux, et si nous nous en tenons aux termes de votre définition du monopole que c'est ce qui se produira probablement, à moins de leur accorder quelque mesure de protection.—R. Telle que la prohibition de cette pratique?

D. C'est cela, la prohibition de cette pratique, c'est bien là ce que j'entends. —R. Ne s'agit-il pas de prouver qu'on a eu recours à cette pratique?

D. Voyez-vous, monsieur McGregor, nous avons beaucoup de respect pour votre opinion parce que vous vous êtes occupé de ces questions pendant 23 ans. N'êtes-vous pas d'avis tout comme moi que l'épicier à succursales multiples a fait baisser le coût de la vie dans ce domaine particulier?—R. C'est bien mon avis, en effet. La méthode de distribution qui consiste à utiliser des succursales multiples a supprimé beaucoup de gaspillage tout en augmentant l'efficacité d'une foule de magasins indépendants qui n'ont pas de succursales.

D. Je suis également d'avis que la majoration dont bénéficient les grands magasins (et vous savez ce que je veux dire en parlant de grands magasins), est, dans l'ensemble plus considérable que celle dont bénéficie le magasin ordinaire et c'est le fabricant qui en fait les frais.—R. Je l'ai entendu dire; mais je n'ai pas de preuve à cet égard.

D. N'avez-vous jamais pu le constater?—R. Non, je me rappelle l'enquête sur les écarts de prix de 1934-1935 au cours de laquelle on a pu le constater.

D. A ce point là?—R. A . . .

D. Vous disiez donc que le comité a pu constater à cette époque qu'il en était ainsi.—R. Oui.

D. Je vous ferais remarquer, monsieur McGregor, que le magasin à rayons d'une localité sert, à mon avis, une toute autre fin que l'épicerie à succursales multiples.—R. Toute autre, en effet.

D. Oui, une fin de moindre valeur du point de vue social.

M. FULTON: Ce dont vous parlez, monsieur Croll, c'est l'entreprise de vente par correspondance.

Le PRÉSIDENT: Il serait peut-être utile de souligner la différence.

M. BEAUDRY: J'hésite à invoquer le règlement, monsieur le président; mais cela se rapporte-t-il de quelque manière au texte du mémoire soumis primitivement? De plus, il est déjà six heures.

Le PRÉSIDENT: Je suis heureux que vous le mentionniez. Un orateur a exprimé le désir de poser une question en promettant qu'elle ne toucherait à aucun point déjà traité. Le Comité autorise-t-il le sénateur Horner à poser sa question, même s'il est six heures?

Accordé.

L'hon. M. Horner:

D. Merci beaucoup, monsieur le président. Monsieur McGregor, vous avez toujours habité la ville?—R. Je suis né à Ottawa.

D. Et vous n'avez jamais vécu dans une petite localité pendant une épidémie de grippe, par exemple?—R. Non.

D. C'est ce qu'il me semble. Sinon vous n'auriez jamais eu l'idée de contraindre les petites pharmacies au chiffre d'affaires insignifiant peu considérable à fermer leurs portes. Je connais des endroits où il n'y avait pas de médecin,

mais où le pharmacien travaillait jour et nuit, comme dans plusieurs villages peu peuplés de la Saskatchewan. Là-bas, le pharmacien a beaucoup d'importance. Vous avez entendu le témoignage d'un pharmacien et d'un médecin. Quant à moi, j'ai élevé une famille et j'ai toujours pu me procurer chez un pharmacien compétent, des remèdes qu'on n'aurait normalement pu obtenir que par l'entremise d'un médecin qui cependant n'était pas là. Je voudrais que vous considériez ces pharmaciens sous un autre jour: Ils ne subsistent à l'heure actuelle, que grâce à la fixation du prix de revente que vous voulez abolir.

De plus: quelle mesure préconisez-vous dans le cas suivant par exemple: un fabricant établit le prix de sa marchandise en vertu du régime de la fixation du prix de revente, le régime étant aboli, le détaillant refuse de vendre l'article au prix fixé. Quelle mesure pourrait-on prendre pour obliger ce fabricant à continuer de vendre son produit même lorsqu'à ses yeux le détaillant le revend à un prix qui ne lui permet pas de régler sa facture. La plupart des marchés prévoient un délai de 30 jours pour le règlement. Diriez-vous qu'il s'agit encore d'une économie libre lorsqu'un fabricant se voit obligé de fournir de la marchandise à un marchand dont il sait qu'il vend cette marchandise à un prix qui ne lui permettra jamais de la payer. Diriez-vous que vous avez là une économie libre?

Le PRÉSIDENT: J'attends votre question, monsieur le sénateur.

L'hon. M. Horner:

D. Obliger un pharmacien de ces petites localités à se retirer des affaires, est-ce que cela n'a pas d'importance à ses yeux? Pourrait-il d'autre part, nous indiquer les sanctions qu'on pourrait imposer dans une économie libre, au fabricant qui refuserait de vendre sa marchandise à un commerçant parce que celui-ci le revend à un prix ne lui permettant pas de se faire un revenu suffisant? Voilà mes deux questions.—R. J'aimerais vous dire tout d'abord, que je n'ai pas traité cette question à la légère et que je n'y ai jamais pensé à la légère. Il est possible que le public décide que ces commerçants ne lui fournissent pas les services requis. Je n'ai pas donné à entendre que je les forcerais à abandonner leur commerce. Il n'est pas question ici qu'un organisme quelconque de l'État les oblige à se retirer des affaires. C'est la collectivité qui doit déterminer si les services dont il s'agit sont nécessaires et c'est en dernier lieu l'intéressé qui décidera. Si ses services ne sont pas suffisamment rémunérés, il vaudrait peut-être mieux qu'il accepte le genre d'emploi qu'on m'a récemment offert. Celui de commis dans une pharmacie de Woodstock. En s'orientant vers un autre emploi, il favoriserait peut-être davantage son propre intérêt et celui du public.

D. Je songe aux clients, aux consommateurs, à ceux qui ont besoin du pharmacien?—R. On s'en occupe partout au Canada; la mesure à l'étude ne les néglige pas.

D. Pardon, on ne s'en occupe pas partout au Canada.—R. Même sous le régime de la fixation des prix de revente?

D. Non, sans elle il y aurait un bien plus grand nombre de pharmaciens sur le pavé.

Le PRÉSIDENT: Allons-nous maintenant commencer le deuxième tour ou nous en tenir à la règle de 6 heures.

M. BEAUDRY: Je comprends votre embarras, mais comptant sur votre impartialité, je signale que je n'ai pas encore eu l'occasion d'interroger le témoin depuis que j'ai pris connaissance de son mémoire. En outre, par suite de circonstances indépendantes de notre volonté, son témoignage a été écourté d'environ cinquante minutes, du fait que les deux votes ont eu lieu pendant qu'il était parmi nous. En temps normal, l'interrogatoire du témoin eût duré une heure de plus. Aussi me semble-t-il que nous devrions demander au témoin de revenir au Comité.

Le PRÉSIDENT: La question se pose, comme dans tous les comités, de savoir combien de temps doit durer l'interrogatoire d'un témoin. Le Comité reconnaît, je pense, que chacun des membres du Comité a eu deux fois pleinement l'occasion d'interroger M. McGregor. En ma qualité de président j'estime qu'ayant eu deux séances satisfaisantes avec M. McGregor, qui a témoigné de son propre gré, nous devrions interroger un autre témoin.

M. BEAUDRY: Puis-je me reporter au commentaire du Règlement de la Chambre qui figure à la page 557 sauf erreur, et portant que tout membre d'un comité a le droit d'interroger tout témoin.

Le PRÉSIDENT: Si vous aviez assisté a autant de séances du comité que plusieurs d'entre nous, vous le sauriez.

M. BEAUDRY: Sans doute, mais j'ai toujours été malchanceux.

Le PRÉSIDENT: Quoi qu'il en soit, nous nous en tenons dans notre pays au désir de la majorité.

M. BEAUDRY: Oui, mais nous respectons aussi le Règlement de la Chambre.

Le PRÉSIDENT: J'estime que nous avons déjà suffisamment questionné M. McGregor. Si le sous-comité du programme et de la procédure qui se réunit demain à 3 heures juge qu'il est dans l'intérêt de tous les partis représentés au comité et des deux Chambres de prier M. McGregor de se présenter de nouveau, ou nous le fera savoir.

M. BEAUDRY: Je pose la question de privilège, car je refuse catégoriquement de m'en remettre à l'avis d'aucun membre du Comité ou du sous-comité. A titre de membre de la Chambre des communes, j'ai le droit d'interroger le témoin. Le Règlement le reconnaît.

Le PRÉSIDENT: Mais il est également dit dans Beauchesne, ce livre auquel vous avez consacré tant d'étude dernièrement, que le président ou l'orateur a le droit de mettre fin . . .

M. BEAUDRY: Auriez-vous l'obligeance de citer le passage?

Le PRÉSIDENT: Il me faudrait l'obtenir . . .

M. BEAUDRY: Si M. Burgess nous l'indiquait, je serais satisfait.

Le PRÉSIDENT: Bien plus, le président a le droit de mettre un terme aux questions répétées, comme M. Burgess me l'a signalé cet après-midi. Je m'en remets également sur ce point aux membres qui ont eu connaissance des questions que vous avez posées . . .

M. BEAUDRY: Lesquelles? Je n'ai posé aucune question depuis que j'ai pris connaissance du mémoire.

Le PRÉSIDENT: Je n'aime guerre à me quereller ainsi mais les membres s'en souviennent, M. Beaudry a posé trois fois la même question.

M. BEAUDRY: Que M. McGregor a éludée trois fois.

Le PRÉSIDENT: Non, il a affirmé ne pas la comprendre. Aucun des membres du Comité ne l'a saisie non plus, même après deux répétitions.

Cependant, le sous-comité du programme et de la procédure étudiera demain à trois heures votre requête tendant à faire revenir M. McGregor au Comité. Il fera rapport de son avis au comité plénier, qui s'en remettra à la décision de la majorité. La séance est levée.

(Le Comité s'ajourne.)

APPENDICE A

Au Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes institué en vue d'étudier le rapport intérimaire du comité MacQuarrie, chargé d'étudier la législation sur les ententes. Messieurs,

Fixation des prix de revente

L'Association des manufacturiers canadiens se réjouit de l'occasion qui lui est fournie de s'efforcer de réfuter les arguments et conclusions sur lesquels se fonde le vœu du comité MacQuarrie selon lequel "il devrait être interdit aux fournisseurs de denrées d'exiger des distributeurs qu'ils vendent ces articles à des prix de revente imposés ou minima, ou de les induire à agir ainsi".

La fixation des prix de revente ne fait pas monter les prix.

La première de ces conclusions c'est que sous le régime de la fixation des prix de revente, les prix montent plus haut qu'autrement, parce que ce régime contraint le détaillant compétent à vendre au même prix que le détaillant incompétent. Sans la fixation des prix de revente, affirme-t-on, le détaillant compétent ferait bénéficier le consommateur, sous forme de coupes de prix, des économies qu'il a réalisées dans son commerce. En d'autres termes, la fixation des prix de revente refuse au détaillant compétent l'avantage auquel il a droit d'une meilleure clientèle que son rival incompétent tandis qu'elle refuse au consommateur l'avantage de prix moins élevés.

La thèse se fonde manifestement sur la supposition portant que le fabricant fixe le prix de revente au niveau qui permet au détaillant incompétent de rester en affaires, au dépens du consommateur. A notre avis, cependant, lorsque le fabricant établit le prix de revente, il ne songe pas à assurer une marge suffisante au détaillant, qu'il soit compétent ou incompétent. Ce qui l'intéresse c'est de fixer le prix auquel le consommateur consentira à acheter son produit.

Il sait fort bien que s'il vise trop haut, en vue de protéger les détaillants ou pour quelque autre motif, ses ventes en subiront le contre-coup. Il est un prix déterminé auquel les consommateurs achètent une quantité satisfaisante de tout article. Voilà le fait primordial dont doit tenir compte le fabricant. Le prix exigé du consommateur a donc de l'importance en soi, puisqu'il dépend du prix des produits rivaux ainsi que du consentement du consommateur à l'acquitter. Il n'a rien à voir aux relations qui existent entre fabricant et détaillants. Pour ce qui est de ces relations, le fabricant vise évidemment à accorder au détaillant ou au grossiste une marge de bénéfice suffisante, mais pas plus, pour en porter un assez grand nombre à vendre son produit afin de s'assurer à lui-même un volume de ventes satisfaisant. Il ne désire rien d'autre que de vendre sa marchandise. Or, s'il réussit à trouver un nombre suffisant de détaillants qui consentent à la vendre moyennant une marge de 25 p. 100, il ne consentira pas volontiers à leur en assurer une de 30 p. 100. Car le bénéfice du détaillant est puisé à même le montant que le consommateur consent à acquitter, de sorte que plus il est élevé, plus le bénéfice du fabricant est restreint. Aussi, le fabricant ne lui allouera-t-il pas une marge de bénéfice plus importante qu'il ne faut. A notre humble avis, ce que la commission MacQuarrie n'a pas saisi, c'est que l'écart véritable dans les frais de vente existe plutôt entre les différents genres de produits qu'entre les différentes catégories de détaillants qui vendent les mêmes articles.

S'il faut avant tout, en établissant le prix de revente, tenir compte de ce que le consommateur consent à payer, et si le fabricant n'a nullement intérêt à protéger le détaillant incompétent, il est difficile de saisir comment la fixation des prix de revente peut influer sensiblement sur les prix, de façon à les élever à un niveau supérieur à ce qu'ils seraient autrement.

En concluant, au contraire, que la fixation des prix de revente fait monter les prix et nuit à la concurrence au niveau du détail, la commission MacQuarrie nous semble supposer que le détaillant qui fait de grosses affaires est nécessairement plus compétent que le détaillant au commerce réduit. "Les frais de distribution, mentionne-t-il, représentent une part très importante du prix que paye le consommateur; aussi, tout changement qui soustrait cet élément du prix à l'influence de la concurrence entrave-t-il sérieusement le bon fonctionnement d'un régime concurrentiel." Mais, de fait, chez les grands magasins à rayons ou à succursales, les frais d'exploitation au lieu d'être moins élevés par rapport au dollar de vente, que chez le petit détaillant, exigent, en règle générale, une marge de bénéfice plus élevée que chez celui-ci. Le gros détaillant adopte généralement, dans son exploitation, la méthode qui consiste à acheter à prix bien inférieur et à vendre à un prix légèrement inférieur à celui du petit détaillant. En conséquence, pour ce qui est des frais d'exploitation, le petit détaillant est en mesure de concurrencer le gros détaillant, même s'il ne peut se permettre de vendre au même prix que ce dernier.

La fixation des prix de revente ne porte pas indûment atteinte à la concurrence.

Voici la deuxième conclusion importante à laquelle est arrivée la commission MacQuarrie: "La fixation des prix de revente restreint véritablement et de façon défavorable la concurrence au moyen d'ententes ou de règles privées." "Toutefois, y lit-on, quand des moyens de coercition existent, le maintien des prix de revente établit un droit privé interdisant tout recours aux tribunaux." A l'appui de cette opinion, on rappelle l'affirmation que contient un récent Livre blanc britannique, au sens duquel un commerçant qui exige un prix trop élevé et qui est poursuivi par l'État, en vertu des lois sur la régie des prix, peut toujours en appeler à un tribunal supérieur, tandis que les sanctions que comporte le régime de la fixation des prix de revente et qui peuvent faire perdre son commerce à un détaillant "sont décrétées à huis clos et sans surveillance de la part des tribunaux ni du Parlement".

A cet égard, il nous semble qu'on ne saurait comparer l'application des lois concernant la régie des prix et adoptées par le Parlement, lois qui comportent nécessairement le droit d'interjeter appel devant les tribunaux, avec les moyens de coercition dont dispose l'une des parties au contrat pour en assurer l'exécution. Sous l'empire de la fixation des prix de revente, le fabricant permet au détaillant de vendre sa marchandise à condition qu'il la vende au prix qu'il lui imposera. Les deux parties restent libres de conclure l'entente ou de s'en abstenir à leur gré. Contrairement aux voituriers publics, par exemple, le fabricant ne jouit d'aucune concession publique, lui imposant le devoir de fournir ses produits à quiconque désire les obtenir. De son côté, le détaillant non plus n'est nullement tenu de prendre la marchandise en question. Le fabricant n'exerce pas un monopole. Mais il s'intéresse au plus haut point au produit qui porte son nom, car la façon dont il est vendu peut influer gravement sur sa réputation et sur le volume de ses ventes. Il lui incombe de prévenir deux dangers: d'une part, si le détaillant offre l'article à un prix réduit, la confiance du public au produit en est ébranlée, quel que soit ce prix; d'autre part, à moins que les détaillants n'aient l'assurance d'une marge de bénéfice raisonnable, le fabricant n'en trouvera pas un nombre suffisant qui consentent à l'acheter.

En de telles circonstances, il est difficile de comprendre pourquoi on refuse au fabricant le droit d'exiger de tout vendeur de ses produits qu'il les revende aux prix établis par lui. Ce n'est pas là réclamer le droit d'"établir un régime privé de lois"; c'est tout simplement invoquer le principe de la liberté de contrat. Pour revenir à la comparaison qu'établit le Livre blanc britannique entre une infraction aux lois concernant la régie des prix qui comportent l'appel à un tribunal supérieur et l'exécution d'une entente visant la fixation du prix de revente qui ne comporte pas cet appel, il nous intéresserait de savoir sur quels principes

se fonderaient les tribunaux ou le Parlement pour juger une entente visant la fixation du prix de revente. S'il faut rejeter les conditions arrêtées par le fabricant et acceptées par le détaillant, faudra-t-il conférer au détaillant le droit d'acheter aux conditions qu'il estime équitables, indépendamment de ses motifs ou de sa compétence? Ou bien, les deux devront-ils s'entendre et, dans ce cas, comment cela se fera-t-il et qui sera l'arbitre? A notre avis, il n'y aurait pas d'autre moyen d'y arriver que d'imposer la tâche à l'État, ce qui constituerait effectivement une réduction à l'absurde, puisque c'est par la réglementation officielle qu'on tenterait de libérer la concurrence.

Nous estimons en outre que l'emploi du mot "loi" à la fixation du prix de revente est manifestement inexact puisque à la fixation du prix de revente il manque les deux éléments indispensables d'une "loi", c'est-à-dire l'établissement par l'autorité publique et l'application universelle. Advenant qu'on puisse démontrer que la fixation des prix de revente constitue une tentative d'usurper les fonctions de l'autorité publique, encore faudrait-il admettre que personne ne tombe sous le coût de cette "loi", à moins qu'il ne s'y engage de son plein gré. Quelle "loi" faut-il accepter spécifiquement avant d'y être assujéti?

En ce sens, des "lois" privées s'appliqueraient à des milliers de situations, par exemple, l'heure à laquelle le marchand exige que les membres de son personnel soient à leur poste, les salaires qu'il verse, le jour de paye hebdomadaire, semi-hebdomadaire, semi-mensuel ou mensuel, la vente au comptant seulement ou au crédit, le moment d'acquitter les comptes, les conditions de remboursements, etc., etc. Le point essentiel de tous ces règlements c'est que personne n'est tenu de les observer à moins de s'y être engagé de son plein gré.

Ce point important vaut pour la fixation des prix de revente, personne n'étant tenu d'acheter la marchandise. Si les conditions que lui offre un fabricant aux termes de la fixation des prix de revente déplaisent à un détaillant, il y a toujours d'autres fabricants qui seront heureux de faire affaires avec lui. Si les prix ou les conditions de paiement d'un fabricant déplaisent au détaillant, il est encore libre d'aller ailleurs.

A la vérité, nous estimons que, non seulement le recours à la fixation des prix de revente ne constitue pas une usurpation par le fabricant particulier du droit de légiférer, mais l'interdiction projetée de la fixation des prix de revente constitue un déni positif et injustifié du principe vénérable de droit commun d'après lequel le particulier a le droit de vendre sa marchandise à qui il lui plaît.

Ajoutons que nous avons raison de croire que la commission MacQuarrie ne voulait réellement pas dire que "la fixation des prix de revente établit un système privé de loi". La Commission n'était pas sans se rendre compte que la fixation des prix de revente comporte nécessairement un contrat bilatéral, mais ce à quoi elle trouvait à redire c'est qu'en certains cas, l'exécution du contrat semble par trop dure. A noter à cet égard que le détaillant est maître de son destin; personne ne l'oblige à passer un contrat. Si les conditions d'un fabricant lui déplaisent, il n'a qu'à s'adresser à un autre.

Importance de la pratique

La commission MacQuarrie affirme plusieurs fois que la fixation des prix de revente est "répandue" et qu'elle prend au Canada "des proportions considérables et grandissantes". On n'allègue à l'appui de cette affirmation que des "estimations . . . obtenues de sources privées", d'après lesquelles elle atteindrait "de 12 à 15 p. 100 des ventes des magasins à rayons", estimation, ajoute le rapport, qui ne se fonde "évidemment pas sur des définitions précises ou comparables". On n'a apporté aucune preuve de l'importance croissante de la pratique. La fixation des prix de revente ne s'applique ni ne se révèle le moindrement souhaitable qu'à l'égard des produits parfaitement uniformes de marques reconnues. Comme la plupart des fabricants et détaillants de tels produits appuient la fixation des prix

de revente, il est raisonnable de supposer qu'elle est déjà en vigueur dans la mesure où il est pratique d'y recourir, c'est-à-dire partout où elle est tenue pour applicable. Nous sommes donc d'avis, sauf le respect que nous devons au comité MacQuarrie, que la pratique ne se répandra probablement plus, si ce n'est à certains produits nouveaux et appropriés qui seraient lancés sur le marché.

La fixation des prix de revente ne provoque pas une rigidité nuisible des prix

Le comité MacQuarrie signale qu'"il ne faut pas oublier que, dans la mesure où le régime de maintien des prix de revente provoque la hausse et la rigidité des prix, il contribue à l'instabilité de la production et à la diminution des ventes". Il semble que la Commission songeait surtout aux périodes de surproduction ou de chômage. En réalité, rares sont les fabricants, si tant est qu'il y en ait, qui, se prenant pour le roi Canut, croient avoir pour mission de contenir les marées économiques. Lorsque les ventes fléchissent, le fabricant coupe ses prix ou s'y prend d'autre façon pour permettre aux détaillants de s'adapter à la nouvelle situation commerciale. Ainsi, lorsqu'un détaillant aux prises avec des difficultés se voit contraint de liquider son stock, le fabricant qui pratique la fixation des prix de revente ne lui refuse pour ainsi dire jamais de recourir à une vente de solde. Dans presque tous ces cas, le fabricant continue de faire affaires avec le détaillant s'il estime que ses difficultés ne sont que passagères. S'il croit qu'elles se prolongeront indéfiniment, il cherche un autre détaillant à qui confier ses produits.

La fixation des prix de revente est le meilleur, sinon le seul moyen de mettre un frein à la pratique de la vente à perte

Le comité MacQuarrie estime que "la tactique des ventes à perte constitue une pratique monopolistique qui ne favorise pas le bien-être général et qui est incompatible avec l'intérêt public". "Nous sommes persuadés, ajoute le rapport du Comité, qu'il existe des moyens plus efficaces et plus désirables de réprimer la pratique des "ventes à perte" que le maintien de prix minima de revente". Ailleurs, le Comité affirme que "le maintien des prix de revente aide sans aucun doute à protéger la réputation de marchandises portant une marque de commerce et facilite la publicité ainsi que les ventes", mais il n'est pas convaincu, poursuit-il, "que la réputation de ces marchandises souffre beaucoup des variations normales de prix ni que ces dernières portent les gens à conclure à la diminution dans la qualité des produits". "Si le problème des "ventes à pertes" est résolu, conclut le Comité, les réductions normales de prix ne susciteront pas de graves difficultés au manufacturier".

Il ressort nettement de ce qui précède que le Comité comprend la nécessité de régler le cas des "ventes à perte" si l'on interdit la fixation des prix de revente. Le Comité propose cependant l'interdiction de la fixation des prix de revente sans attendre qu'on ait découvert quelque nouvelle méthode de régler la question de l'article sacrifié. Il ne croit pas "qu'elle présente un danger immédiat" car "les réductions de prix excessives ne sont guère probables dans une période d'inflation et de rareté relative".

A ce propos, nous signalons que depuis plusieurs semaines des articles à prix imposés, notamment des voitures automobiles et des appareils de télévision, se sont maintes fois vendus à un prix inférieur au prix de revient. Dans de telles circonstances nous estimons, avec tout le respect que nous devons au comité MacQuarrie, qu'il serait très imprudent de prendre des mesures en vue d'interdire la fixation des prix de revente sans avoir au préalable arrêté aucune autre façon de réprimer une pratique que le Comité lui-même juge "incompatible avec l'intérêt public". De l'avis de l'Association des manufacturiers canadiens, aucune autre méthode ne permet de réprimer la pratique de l'article sacrifié avec autant d'efficacité et d'équité que la fixation des prix de revente.

La fixation des prix de revente et l'inflation

Pour conclure, il semble y avoir de bonnes raisons de ne pas se prononcer définitivement à l'égard d'une des questions déférées au comité MacQuarrie jusqu'à ce qu'on soit en possession du rapport complet du comité, quant aux "modifications qu'il y aurait lieu d'apporter à notre loi afin d'en faire un organe plus efficace pour stimuler et sauvegarder notre économie libre". Une des principales raisons de ne pas attendre que le rapport complet ait paru mais de légiférer immédiatement à l'égard de la fixation des prix de revente serait que la suppression de la fixation des prix de revente influerait sensiblement sur le coût de la vie. Sur ce point, le premier ministre a dit à la Chambre des communes le 15 octobre qu'il doutait que cette mesure influât "très sensiblement" sur le coût de la vie. Vu le faible pourcentage des articles qu'atteint la fixation des prix de revente, il semble que le doute du premier ministre était bien fondé. Il n'est pas exagéré d'affirmer que le dérangement et la désorganisation que causerait aux affaires la suppression de la fixation des prix de revente dépasseront de beaucoup l'effet d'une telle mesure sur les prix. On pourrait même soutenir que ce dérangement et cette désorganisation, loin de faire baisser les prix, pourrait bien les faire monter.

Respectueusement soumis,

au nom de

L'ASSOCIATION DES MANUFACTURIERS CANADIENS,

par R. B. TAYLOR,

président du Comité de la législation.

Ottawa, le 23 novembre 1951.

APPENDICE B

Mémoire de

LA FÉDÉRATION CANADIENNE DES AGRICULTEURS

au comité mixte

DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

pour l'étude de la

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Ottawa, le 23 novembre 1951.

Honorables sénateurs et messieurs les députés,

La Fédération canadienne des agriculteurs se réjouit de l'occasion qui lui est fournie d'exprimer les opinions des agriculteurs syndiqués au comité mixte de la Chambre relativement aux modifications qu'on se propose d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions en vue d'interdire la pratique commerciale restrictive connue sous le nom de "fixation des prix de revente".

Le Comité est déjà sans doute au courant de notre façon de voir sur ce point. Dans le mémoire que nous avons présenté en août 1950 à la commission spéciale instituée pour étudier les lois relatives aux coalitions et connue sous le nom de comité MacQuarrie, nous avions proposé que: "La loi des enquêtes sur les coalitions soit modifiée de façon que la fixation des prix de revente constitue une pratique illégale du moment que c'est un particulier ou une société particulière qui y a recours". Nous n'avions pu dans ce mémoire exposer dans le détail les raisons pour lesquelles nous nous opposions à la fixation des prix de revente. Dans le présent exposé nous expliquerons et développerons les raisons pour lesquelles nous appuyons la mesure proposée.

Importance de la mesure

Qu'il nous soit permis tout d'abord de souligner l'importance que nous attachons à la question. Nous estimons que le projet de loi proposé et visant à interdire la pratique de la fixation des prix de revente constitue une des mesures les plus importantes dont le Parlement ait jamais été saisi.

Depuis de nombreuses années, le Gouvernement du Canada reconnaît que l'industrie a donné lieu, de nos jours, à un ensemble de conditions qui diffèrent totalement de celles qu'on remarquait il y a, mettons, une centaine d'années, alors que l'activité économique se fondait surtout sur des unités industrielles peu importantes qui se livraient mutuellement une concurrence active. La croissance soutenue d'entreprises commerciales de grande envergure a suscité les concentrations du pouvoir économique qui favorisent une plus grande concurrence monopolisatrice ou imparfaite, plutôt que la simple concurrence que prévoit la doctrine économique classique.

Toute entreprise, qu'elle soit importante ou peu importante, n'a d'autre raison d'être que de fournir des denrées et des services au consommateur. Les bénéfices commerciaux constituent en eux-mêmes une fin aux yeux des entreprises intéressées, mais du point de vue de la société, prise dans son ensemble, les bénéfices ne représentent qu'un moyen d'atteindre une fin. La société ne s'intéresse aux bénéfices qu'en tant qu'ils servent à stimuler et à régler la production. En d'autres termes, si les bénéfices se fondent sur la libre concurrence dans un régime de prix raisonnablement flexibles, alors nos ressources serviront au mieux le pays tout entier.

Cependant, si les bénéfices se fondent sur le monopole ou même sur une situation qui s'apparente au semi-monopole, alors on ne saurait prétendre que les ressources du pays servent au mieux les intérêts de tout le monde. C'est la reconnaissance de ce principe qui a donné lieu à la première loi des enquêtes sur les coalitions ainsi qu'aux modifications qu'on y a successivement apportées.

L'expérience a fait ressortir les difficultés qui surgissent lorsqu'on tente, même à l'aide de la loi actuelle, de réprimer ou de supprimer les coalitions qui portent atteinte à la liberté du commerce. Il est des cartels portant atteinte à la liberté du commerce et des associations censées inoffensives et se rapportant à plusieurs genres de commerce qui ont pour but de favoriser des mesures servant à étouffer la concurrence et qui y participent effectivement.

Nous sommes nettement d'avis que si de telles coalitions ont survécu à la loi actuelle, c'est que la loi n'interdit ni la fixation des prix de revente par des particuliers ni les pratiques auxquelles on a recours pour imposer ce régime.

La loi proposée, nous en sommes donc convaincus, constitue l'une des mesures les plus importantes que le Parlement ait prises en vue de détruire la puissance des coalitions portant atteinte à la liberté du commerce. L'adoption de ladite modification renforcerait grandement l'autorité de la loi des enquêtes sur les coalitions lorsqu'il s'agit de détruire la puissance des cartels; elle favoriserait le retour à une saine concurrence, là où elle fait défaut, et rendrait plus flexible le régime des prix.

La fixation des prix de revente permet aux particuliers d'établir les prix

Le Parlement a pu se demander pourquoi le présent débat sur la fixation des prix de revente ne semble pas encore avoir éveillé l'intérêt de nos gens. Cela tient surtout à ce qu'ils ne savent pas ce que signifie l'expression "fixation des prix de revente". Si l'on substituait à cette expression aussi technique qu'académique l'expression "fixation privée des prix", le public aurait tôt fait de saisir la portée de cette pratique qui porte atteinte à la liberté du commerce. Si le public savait parfaitement que la fixation des prix de revente équivaut au droit pour des particuliers de fixer les prix minimums de certaines denrées et

d'imposer ces prix à la faveur d'un régime privé de lois comportant des sanctions et ne prévoyant aucun appel devant les tribunaux reconnus, il serait alors indigné et il exigerait sûrement qu'on interdise de telles pratiques.

Prix minimums établis à l'égard des produits agricoles et fixation des prix de revente

Les partisans de la fixation privée des prix ont invoqué l'exemple du programme fédéral par rapport aux prix minimums des produits agricoles et celui des programmes provinciaux à l'égard des offices du lait qui établissent le prix du lait nature sur les marchés des villes. Ils posent la question suivante: "Si l'État protège les agriculteurs au moyen de la fixation des prix, pourquoi ne permet-il pas aux petits marchands de se protéger eux-mêmes grâce à la fixation privée des prix?"

Par une telle propagande on s'efforce simplement d'embrouiller la question de la fixation privée des prix de revente. La fixation officielle de prix minima à l'égard des produits agricoles et la fixation privée des prix de revente sont aux antipodes.

Les prix minimums des produits agricoles sont établis par l'État, conformément aux lois en vigueur au pays et seulement après une étude attentive de tous les faits en cause. Toujours, l'État tient soigneusement compte de la situation des producteurs, ainsi que de la répercussion, sur les consommateurs, de toute mesure comportant des prix minimums.

Dans les villes, le prix de détail du lait est établi par des Offices provinciaux de régie du lait légalement constitués et qui fonctionnent en conformité étroite des lois provinciales. Le prix du lait n'est établi qu'après une audience publique au cours de laquelle l'Office entend les témoignages des producteurs, des distributeurs et des consommateurs.

Nous avons noté à ce propos, au mémoire présenté au Comité par l'Association canadienne des pharmaciens, le passage suivant:

> Le public confond généralement le maintien des prix de revente avec la fixation des prix. Mais ils ne sont pas identiques. L'Office de régie du lait de la province d'Ontario offre un exemple de la fixation des prix, puisqu'il établit le prix de tout lait, quel qu'en soit le producteur ou le distributeur. Tout distributeur qui passe outre au prix établi est passible d'une amende aux termes de la loi.

Ce passage est à la fois inexact et trompeur. L'Office de régie du lait en Ontario n'établit pas le prix de tout lait, indépendamment du producteur ou du distributeur. Dans les régions urbaines, producteurs et distributeurs de lait négocient le prix au producteur sous l'empire d'une mesure publique; en cas de désaccord, l'Office agit comme arbitre. L'Office arrête aussi le prix maximum au détail, d'ordinaire après des audiences publiques, comme celle qu'on a récemment tenue à Ottawa.

D'autre part, les prix de revente minimums de certains articles sont fixés par des entreprises commerciales privées conformément non pas à une loi en vigueur, mais à des lois et à des ententes privées, tandis que c'est la crainte du boycottage et de diverses sanctions qui en assure l'application. Quoiqu'il constitue le groupe le plus directement visé, le public n'a aucun recours contre ce procédé.

Les prix minimums que le gouvernement fédéral a établis à l'égard des produits agricoles n'ont jamais été fixés à un niveau devant assurer au cultivateur moyen l'intérêt de son placement et encore moins un bénéfice. Ceci vaut pour les prix minimums du blé, de l'avoine, de l'orge, des pommes de terre, du miel, des pommes, du fromage, du beurre et des porcs à bacon.

Les prix de revente établis par fixation privée ne le sont jamais à un niveau ne comportant aucun bénéfice. Ils sont toujours fixés au niveau qui assure son bénéfice même à l'exploitant incompétent. Si les prix de revente de la fixation privée étaient établis à des niveaux comparables à ceux des prix minimums des produits agricoles, la concurrence qui s'ensuivrait obligerait un grand nombre de détaillants à améliorer leurs méthodes d'exploitation.

Il saute aux yeux que la pratique de la fixation privée des prix de revente n'est nullement comparable au programme des prix minimums visant à sauvegarder les intérêts des cultivateurs au moyen de lois prévoyant des prix minimums. Il ne convient pas non plus de la comparer à l'établissement des prix du lait par un Office de régie du lait qui, constitué par un gouvernement, tient des audiences publiques.

Les cultivateurs du Canada n'ont jamais obtenu de sauvegarde autre que celles que prévoient les lois en vigueur et qui sont dans l'intérêt du public. Ceux qui préconisent la fixation privée des prix de revente sont peut-être en mesure de démontrer qu'une entreprise particulière peut bénéficier de cette pratique commerciale restrictive, mais il ne s'ensuit pas logiquement que ce qui avantage une entreprise avantagera nécessairement toutes les entreprises réunies. Même si l'on arrivait à établir que la pratique profite à un groupe de sociétés, on n'aurait pas démontré qu'elle favorise l'intérêt public.

Pourquoi la Fédération canadienne des agriculteurs s'oppose à la fixation privée des prix de revente

La fixation privée des prix de revente touche sans doute plus directement les cultivateurs qu'aucun autre groupe de la collectivité. A titre d'acheteurs de denrées de consommation, ils souffrent de la fixation privée des prix de revente au niveau de la consommation. A titre de producteurs, c'est également au niveau du détail qu'ils doivent se procurer tous leurs outils, approvisionnements, et instruments de production. Aussi sont-ils plus exposés que tout autre groupe à souffrir des effets néfastes de cette pratique commerciale restrictive.

Nous nous opposons à la pratique de la fixation privée des prix de revente, pour les raisons suivantes:

1. Elle porte atteinte à la concurrence ou la supprime à l'échelon du gros et surtout à celui du détail à l'égard d'une grande variété de marchandises; il en découle en fin de compte un prix accru au consommateur.
2. Elle fonctionne dans le cadre de "lois" privées ne comportant aucun appel aux tribunaux reconnus et dont on assure trop souvent l'application au moyen de menaces et par la crainte de se voir refuser des approvisionnements.
3. Elle donne lieu à une réclame excessive, inutile et ruineuse et à des services de luxe.
4. Elle a pour conséquence logique d'étendre la fixation privée des prix sur le plan vertical au domaine plus vaste de la fixation privée des prix sur le plan horizontal; autrement dit, elle favorise les coalitions.
5. Appuyée par la concurrence imparfaite ou semi-monopolisatrice entre fabricants, elle constitue l'une des causes principales de cette rigidité des prix de nombre d'articles ouvrés qui entrave les redressements automatiques au sein du régime économique.

I—*Entrave à la concurrence*

Aux yeux du particulier, d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises, le bénéfice, nous l'avons signalé, constitue peut-être une fin en lui-même, mais pour la société dans son ensemble, il n'est qu'un moyen d'atteindre une fin. Pareil-

lement, la concurrence ne constitue pas une fin en elle-même, mais un simple moyen d'atteindre une fin, cette fin étant de protéger éventuellement l'acheteur des marchandises contre l'exploitation du fournisseur.

Privé de certains bénéfices, le régime de l'entreprise privée finirait par s'effondrer. En l'absence de toute concurrence, le régime de l'entreprise libre dégénérerait en un régime de privilèges spéciaux. Parce que la fixation privée des prix de revente réduit sensiblement et même supprime la concurrence au niveau de la distribution, elle constitue une forme de privilège spécial.

Comment expliquer qu'un si grand nombre de détaillants préconisent la pratique de la fixation privée des prix de revente? Ils l'appuient tout d'abord, parce qu'ils estiment qu'elle leur permet de réaliser des bénéfices plus importants que le régime de la libre concurrence des prix. Ensuite, il en est plusieurs qui l'appuient parce qu'un tel régime de fixation privée des prix leur permet d'échapper aux difficultés que pose la concurrence libre et acharnée. Enfin, nombre d'entre eux y souscrivent parce qu'ils croient que la fixation privée des prix de revente constitue nécessairement une partie intégrante du commerce des articles de marques reconnues et de qualité supérieure qui se fait à la faveur d'une réclame nationale dont, à titre de particuliers, il retirent de grands avantages sans avoir à en acquitter les frais.

Si les détaillants n'estimaient pas que la fixation privée des prix de revente leur assurât une marge de bénéfice accrue, ils ne l'appuieraient surement pas avec autant de véhémence. Les preuves de l'exactitude de cette affirmation ne manquent pas. Dans un article de fond, paru le 1er novembre 1951 dans le *Canadian Pharmaceutical Journal* et intitulé: "Nous combattrons de toutes nos forces", on affirme:

> Jamais depuis vingt-cinq ans l'industrie des produits pharmaceutiques n'a été aussi indignée, aussi dégoûtée de l'ineptie des manigances politiques qui se font à Ottawa depuis qu'il est question de présenter une mesure en vue d'interdire la fixation des prix . . . Parce que le Gouvernement a désigné les détaillants du Canada comme les boucs émissaires de ses méfaits politiques, nous aurons à souffrir et peut-être beaucoup(1).

L'article se termine sur ces mots: "Comme c'est un principe de démocratie qui est en jeu, il ne faut pas permettre au Gouvernement d'y passer outre, ni de nous fouler aux pieds." Nous ne voyons pas qu'il soit question d'aucun principe démocratique dans un régime qui permet aux fabricants et aux intermédiaires syndiqués de décider, à huis clos et en l'absence de tout représentant du public, ce que le détaillant exigera du public pour ses marchandises, et de faire respecter ces prix par la coercition et la menace de couper les approvisionnements.

A notre avis, les articles écoulés sous le régime de la fixation privée des prix se vendent inévitablement, à la longue, à des prix moyens plus élevés que lorsqu'il n'y a pas fixation des prix de revente.

En 1950, la Commission royale d'enquête sur le coût de la vie à Terre-Neuve a étudié l'effet de la fixation privée des prix de revente dans ladite province. Voici, à l'égard de cette pratique, les conclusions d'ordre général auxquelles on est arrivé:

> Depuis la confédération, la fixation des prix de revente s'est fait nettement sentir. Bon nombre de nos prix sont maintenant plus conformes aux prix nationaux. D'autre part elle tend à relever les prix des produits pharmaceutiques, du vêtement féminin et d'autres vêtements, et nombre d'articles de quincaillerie et d'appareils électriques au-dessus des niveaux qu'ils eussent atteints, si aucun prix de revente n'avait été proposé après la confédération. En certains cas, notamment celui des accessoires d'automobiles, elle a fait baisser les prix légèrement au-

(1) *Canadian Pharmaceutical Journal* de novembre 1951.

dessous de ces niveaux. La répercussion sur le prix des piles et des pinceaux est particulièrement grave, mais il est inutile de répéter ici les commentaires et les vœux énumérés ci-dessus.(1)

Aux termes des lois dites du loyal commerce, la fixation privée des prix de revente est autorisée aux États-Unis dans quarante-cinq États depuis le milieu des années trente. Cette pratique commerciale restrictive n'est illégale que dans le Vermont, le Texas, le Missouri et à Washington (D.C.).

Dans sa livraison de janvier 1949, la revue *Fortune* présentait un article de fond intitulé: "L'équité douteuse des lois de l'équité commerciale". A l'égard des prix exigés dans les pharmacies, l'auteur établit plusieurs comparaisons entre les États où la fixation privée des prix de revente est autorisée et ceux où elle ne l'est pas. A ce propos, il fait le commentaire suivant:

> Que la ville de Washington échappe à la régie des prix prévue par les lois du loyal commerce celà s'explique sans doute par la bienveillance avec laquelle le Congrès s'est toujours intéressé au coût de la vie dans la capitale. Quoi qu'il en soit, il est loisible aux membres du Congrès et aus petites gens du district de Columbia de se savonner le menton avec un gros tube de pâte Barbasol acheté pour 29c., tandis qu'au Maryland où jouent les lois du loyal commerce, le même tube coûte 39c. Les membres du Congrès peuvent enrichir leur hémoglobine en se servant des Lilly's Lextron Pulvules (84's) achetés pour $2.29, au regard de $3.15 dans les États soumis aux lois du loyal commerce. Une bouteille d'Old Grand-dad coûte $5.45 à Washington et $6.65 (la taxe de l'État non comprise) en dehors du district. Les poudres B.C. contre le mal de tête y coûtent 10c. au lieu de 19c.
>
> Un récent relevé de 117 produits pharmaceutiques de marques reconnues révèle que trente-cinq coûtent environ un tiers de moins à Washington qu'au Maryland, trente-huit, environ un quart de moins, et vingt-neuf, environ un septième de moins. Les mêmes constations ressortent d'une comparaison établie entre le Missouri, où le commerce est libre, et l'Illinois, qui doit observer les lois du loyal commerce. D'après le *Star-Times* de Saint-Louis, cinquante-quatre articles de pharmacie soumis aux dispositions de la loi du loyal commerce coûtent en moyenne 16·2 p. 100 de plus sur la rive orientale du Mississipi que du côté de Saint-Louis.(2)

Voilà un exemple de l'effet de la fixation privée des prix aux États-Unis, mais nous avons toutes raisons de croire que la même situation se produirait au Canada si, par exemple, la fixation privée des prix était autorisée en Ontario alors que la vente au détail serait libre dans Québec.

Beaucoup de détaillants savent qu'advenant l'interdiction de la pratique, le prix des marchandises de marques reconnues baisserait. Ils n'ont pas hésité à s'exprimer en ce sens devant certaines personnes. La livraison du 26 octobre du *Canadian Textile Journal* renfermait un article intitulé: "La fixation des prix de revente et l'inflation". L'auteur de l'article rapporte les résultats d'une enquête menée parmi nombre de détaillants, y compris plusieurs magasins à rayons. Il a rencontré ceux qui préconisent la fixation privée des prix de revente, comme on pouvait s'y attendre, mais il en a également rencontré un grand nombre qui n'en veulent pas. Nous avons tiré de cet article le passage suivant:

> Une enquête menée parmi nombre de détaillants, y compris plusieurs magasins à rayons, révèle que plusieurs d'entre eux sont d'avis qu'on aurait dû depuis longtemps interdire la fixation privée des prix au niveau du détail et se réjouissent de ce que l'offre et la demande joueront encore

(1) Rapport de la Commission royale d'enquête sur le coût de la vie à Terre-Neuve 1950, chapitre 10, p. 79.

(2) *Fortune*, janvier 1949.

librement dès qu'on aura adopté la mesure. Plusieurs détaillants escomptent des réductions de prix à l'égard de divers produits y compris nombre de produits textiles, tels les chapeaux, les gants, les bas, etc.

Un détaillant important affirme que, dès l'adoption de la loi, "on peut s'attendre à voir fléchir le prix de plusieurs genres de marchandises à prix imposé". Les détaillants déclarent, cependant, qu'ils n'ont pas l'intention de couper les prix au point de provoquer une guerre des prix. Ils ajoutent qu'une baisse des prix contraindra nécessairement les marchands, et surtout les petits détaillants, à réduire leurs inventaires durant la présente période de crédit limité et de commerce au ralenti. Vu les versements au comptant plus élevés qu'on exige à l'égard des achats à tempérament ainsi que les restrictions au crédit, nombre de détaillants éprouvent une difficulté croissante à tenir des stocks considérables.

Comme les magasins regorgent de marchandises à l'heure actuelle, un fléchissement des prix serait de mise. Un grand nombre de détaillants ont signalé qu'ils touchent à l'égard de certains produits à prix imposés une marge de bénéfice très élevée. Aussi sont-ils en mesure d'accepter une marge moindre que ne leur allouent certains fabricants.

Petits détaillants

L'interdiction des prix imposés n'aurait pas tendance à causer de sérieuses faillites, aux dires des mêmes personnes, qui prétendent, que les prix imposés avantagent encore parfois le petit détaillant, en ce que personne d'autre ne peut vendre à meilleur marché que lui, beaucoup de débits importants au détail estiment depuis longtemps que l'économie dans son ensemble en bénéficierait si l'on mettait un terme à la fixation des prix.

Dans un pays démocratique, tout homme d'affaires, a fait remarquer un détaillant, devrait pouvoir vendre sa marchandise au prix qu'il estime juste, sans être contraint de respecter le prix imposé. La mesure, a-t-il affirmé, aurait sûrement pour effet de fortifier la concurrence et de réduire les prix au détail. On pouvait s'attendre, en certains cas, à voir éclater des guerres de prix, comme celle qui s'est produite récemment à Hamilton. Tout compte fait, cependant, la loi de l'offre et de la demande tendrait à stabiliser les prix en général tandis qu'elle assurerait plus de valeur au dollar d'achat du consommateur.

Plus de la moitié de tous les achats effectués par les cultivateurs aux fins de la production tombent directement sous le coup de quelque forme de fixation des prix de revente. La liste de ces achats comprend les outils et approvisionnements suivants:

Machines agricoles et leurs pièces
La plupart des articles de quincaillerie, comme les petits outils
Nombre de matériaux de construction
Engrais
Pneus de camion et d'auto
Essence et huile
Trayeuses et pièces
Refroidisseurs de lait
Moteurs électriques
Tous appareils de grange tels les étançons en acier, les abreuvoirs, etc.
Certaines peintures
Toile métallique, portes en fils métalliques, fil de fer barbelé
Fournitures et médicaments vétérinaires pour bestiaux.

Certaines catégories précitées sont exclusivement vendues sous le régime de la fixation privée des prix. D'autres y échappent partiellement.

A la liste des biens de production susmentionnée viennent s'ajouter plusieurs articles de consommation personnelle que le cultivateur doit acheter sous le régime de la fixation privée des prix de revente. Si l'on en établissait le répertoire, on constaterait, j'en suis sûr, qu'environ la moitié des dépenses que fait le cultivateur porte sur des produits qui sont assujétis à de telles restrictions commerciales.

Sauf de rares exceptions, lorsque le cultivateur vend il lui faut subir la concurrence libre du marché quotidien. Mais lorsqu'il achète, il ne peut à peu près pas compter sur les avantages du marché libre. Rien d'étonnant donc qu'il maugrée souvent. Il sent que les dés sont pipés; d'ailleurs ils le sont véritablement si l'on compare la situation dans laquelle il se débat avec toute la sécurité dont jouit le marchand qui vend à des prix fixés privément.

La fixation privée des prix de revente établit les marges, entre le consommateur et le fabricant, à un niveau beaucoup plus élevé, en moyenne, que ne le permettrait un marché libre où les marges de bénéfice seraient déterminées selon les exigences de la libre concurrence. C'est inévitable, attendu que les marges établies par l'initiative privée le sont à un niveau assez élevé pour assurer un débit considérable à l'échelle du détail sans qu'il soit beaucoup tenu compte de la compétence de l'exploitant.

II—*La fixation privée des prix de revente relève de lois privées et est imposée par des menaces et la crainte de se voir refuser des approvisionnements*

Chaque fois qu'un particulier ou un organisme a étudié à fond le fonctionnement d'un monopole, d'une coalition ou d'un régime de fixation privée des prix de revente, on a constaté que les échelles des prix sont maintenues et appliquées par une grande variété de "lois" privées. Très souvent, ce sont des associations professionnelles qui appliquent ces restrictions commerciales.

Le Rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix (1935) énumère plusieurs cas où des particuliers ont appliqué un régime de fixation des prix. En voici un, celui de l'Imperial Tobacco Company:

> "L'Imperial Tobacco Company, en tentant d'établir un régime de maintien des prix de revente, adopte une ligne de conduite qui, en principe, est approuvée en général dans le commerce, et dans l'application de laquelle elle a reçu la coopération d'autres manufacturiers, marchands de demi-gros et détaillants. Sa méthode est simple. L'Imperial Tobacco Company biffe seulement de sa liste les marchands et grossistes qui réduisent le prix, soit de leurs produits, soit de ceux de concurrents, avec l'aide de l'Association des grossistes qui donne les noms des délinquants à la compagnie. La disparition de la liste dans ce cas n'est pas un simple geste. Quand une compagnie, qui produit tout près de trois quarts de l'approvisionnement, refuse de vendre à un grossiste ou à un détaillant, l'effet causé sur ce marchand est trop marqué pour avoir besoin de commentaires."(1)

Situation en Grande-Bretagne

La pratique de la fixation privée des prix de revente est assez généralisée en Grande-Bretagne. Le récent régime travailliste l'a fait étudier, et le rapport a été soumis au parlement britannique en juin dernier. Voici des passages du rapport portant sur les modalités d'application des prix fixes de revente:

> "7. Dans la plupart des ententes de ce genre, le fait saillant est la faculté qu'ont les associations de boycotter tout commerçant qui réduit l'un des prix qu'elles cherchent à imposer. Le commerçant qui réduit les prix de quelque produit d'un fabricant s'expose à voir figurer son nom sur la "liste d'arrêt", ce qui peut le priver de toute une variété de mar-

(1) Rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix (1935), page 57.

chandises fabriquées par d'autres manufacturiers même s'il a observé scrupuleusement les prix de revente établis par ces derniers. Si les marchandises dont s'occupe ainsi l'association constituent une partie importante d'une entreprise de commerce, il est évident qu'un boycottage de cette sorte équivaut, pour la victime, à la faillite de son commerce."

9. Le commerçant qui néglige d'observer l'un des règlements dont les associations se servent pour prévenir tout écart dans l'observance des prix de revente établis s'expose à des peines dont la sévérité varie de l'amende (parfois très forte) au boycottage. (A noter aussi que le commerçant qui subit, pour avoir ainsi coupé les prix, les foudres d'une association de commerce, ne peut en appeler à quelque tribunal supérieur, tandis que son confrère qui, pour avoir exigé des prix excessifs, se voit poursuivre par l'État en vertu des lois régissant les prix, peut toujours en appeler à un tribunal supérieur.) Ces peines, qui peuvent ruiner le boutiquier et qui visent non pas à maintenir quelque norme commerciale reconnue mais exclusivement à imposer une certaine pratique commerciale d'un mérite contestable, sont édictées à huis clos et hors de la surveillance des cours du parlement. (1)

Nous sommes parfaitement convaincus que les pratiques décrites ci-dessus sont très répandues au Canada, à l'insu de la grande majorité des consommateurs du pays. Ruiner un commerçant parce qu'il refuse de se plier aux exigences de règlements privés coercitifs est contraire au principe même de la démocratie moderne. Nous faisons volontiers grand état, de nos jours, de la liberté individuelle au sein de notre démocratie moderne, par contraste avec la situation que font à l'individu les régimes totalitaires. On nous répète à satiété que notre liberté repose sur le règne du droit; pourtant, nous avons laissé une pratique restrictive du commerce se développer et fleurir au point que peut se voir chasser de son entreprise légitime quiconque s'écarte de décisions privées que le public non seulement ne connaît pas mais qu'il ne peut pas connaître parce qu'en réalité on les lui cache. Si ces ententes privées et signées pouvaient subir victorieusement l'épreuve de l'approbation publique, les cas de violation feraient l'objet de décisions judiciaires. Puisqu'il n'en est pas ainsi, on peut sûrement conclure que l'une ou les deux parties qui ont souscrit à l'entente savent très bien que la ligne de conduite qui résulte de ces accords restrictifs ne protège pas l'intérêt du public. Qu'il nous soit permis de rappeler qu'une pratique qui joue dans l'intérêt d'une seule personne ou même d'un groupe assez important de personnes ne protège pas nécessairement l'intérêt général.

III—*La fixation privée des prix de revente augmente excessivement, inutilement et abusivement les frais de réclame et les services de luxe*

On admet généralement qu'à l'échelon du détail les frais de vente varient sensiblement avec les débits ou magasins. Des facteurs tels que le chiffre d'affaires, l'emplacement, la nature des marchandises et la compétence administrative ont nettement diminué les frais de vente de certains établissements par rapport à certains autres, moins favorisés que les premiers. Mais dès que le fabricant de lessiveuses, par exemple, a réussi à imposer ses prix à tous ses distributeurs ou détaillants, le produit portant sa marque se vend au même prix à tous les magasins d'une même ville, au même prix sans doute dans toutes les villes aussi.

A Ottawa, par exemple, une quarantaine de détaillants offrent en vente à peu près onze marques de lessiveuses. Certains magasins en vendent jusqu'à trois, et même jusqu'à quatre.

(1) Déclaration sur la fixation des prix de revente, formulée au Parlement, sur les ordres de Sa Majesté, par le ministre du Commerce (juin, 1951), page 4.

Dans pareils cas, les magasins moins bien administrés vendent la même marque ou le même article au même prix que les établissements les mieux administrés. Ces derniers magasins ne peuvent, par une réduction de prix, faire bénéficier le consommateur de la marge de bénéfice plus grande qu'ils réalisent. C'est pourquoi il arrive souvent que le surplus de revenu ainsi obtenu soit affecté à une réclame coûteuse, à des étalages de luxe, à multiplier le nombre des vendeurs, et ainsi de suite.

Nous avons visité récemment cinq établissements d'Ottawa qui vendent la même lessiveuse; le prix exigé a partout été le même, $299.50. Lorsque nous avons demandé si nous pourrions obtenir un meilleur prix, un magasin nous a répondu catégoriquement: "Non, tous les prix sont fixés d'avance".

La concurrence des prix ayant ainsi disparu, on se reprend sur la concurrence des marques. Cette dernière forme de concurrence se traduit par une réclame excessive dans les quotidiens, les hebdomadaires et les périodiques mensuels, sur les ondes, sur les panneaux-réclame, et chaque sou dépensé de cette façon hausse le prix exigé du consommateur. Nous ne condamnons pas la réclame normale, car elle joue son rôle dans l'économie de toute entreprise privée. Nous estimons toutefois que la généralisation croissante d'ententes privées en vue de fixer les prix de détail et de priver le consommateur de la meilleure protection dont il dispose, celle de la concurrence des prix, conduit à l'exagération croissante dans les frais de réclame, ce qui constitue un gaspillage social qu nuit à l'intérêt public.

IV—*La conséquence logique de la fixation privée des prix entre un fabricant et un vendeur est d'étendre la pratique entre fabricants et entre vendeurs*

L'argument ici invoqué nous semble l'un des plus forts qu'il soit possible d'opposer à la présente pratique de fixation privée des prix de revente. C'est une pétition de principe que de dire que l'État est déjà muni des lois nécessaires à la poursuite et à la destruction des coalitions. Qu'il nous soit permis de réitérer qu'en dépit de toute la conscience dont a fait preuve le service des enquêtes sur les coalitions, en dépit de toutes les modifications visant à renforcir les dispositions de la loi, les cultivateurs syndiqués sont d'avis que des coalitions, issues d'ententes formelles ou tacites, prennent encore de l'extension au Canada.

La fixation privée des prix de revente n'est, selon nous, que la manifestation extérieure du rôle occulte que jouent nombre de coalitions d'envergure. D'ailleurs, les ententes particulières que des groupes de détaillants agissant individuellement peuvent conclure avec tel ou tel fabricant constituent autant de coalitions de fait, sinon devant la loi. Lorsque tous les détaillants de telle marque de lessiveuses s'entendent à Ottawa pour vendre la machine à un prix convenu,—c'est d'ailleurs ce qu'ils font,—ils forment effectivement une coalition dirigée contre les consommateurs de la même ville. En outre, quand le même marchand vend quatre marques différentes de lessiveuses, dont le prix, dans chaque cas, est fixé en vertu d'un accord privé conclu avec quatre fabricants différents, quand la plupart des lessiveuses, pour ne pas dire toutes, sont assujéties dans tous les magasins aux mêmes conventions de fixation rigide des prix, la coalition devient à Ottawa, à l'échelon du détail, complète et exclusive.

Si les mêmes détaillants se forment tous en une association dans le dessein d'établir un barème des prix, la loi actuelle permet, s'il est possible d'en faire la preuve, de les poursuivre en justice en tant que coalition. Mais ils n'agissent pas de la sorte. Chacun signe une entente particulière avec le fabricant; cette entente crée la coalition de fait, comme nous l'avons expliqué.

Alors que l'existence même d'une coalition qui restreint la production et fixe les prix au stade de la fabrication est illégale, pourquoi serait-il déraisonnable de déclarer illégale la pratique qui fixe les prix et supprime ou entrave

gravement la concurrence au stade de la consommation? On a tort de prétendre que dans la plupart des cas la fixation privée des prix de revente établit des prix raisonnables à la consommation. En effet, sous le régime de l'entreprise privée, nous comptons sur la concurrence libre et le marché ouvert pour déterminer ce qui constitue un prix raisonnable en regard de l'offre et de la demande à un moment donné. Qui peut définir le prix raisonnable à la consommation? Ce soin doit-il appartenir au consommateur, le premier intéressé, ou faut-il le laisser au fabricant et au détaillant qui, agissant de concert, décideront quelle limite atteindra la production et jusqu'où ira l'offre au consommateur pour l'engager à payer ce qu'ils jugent eux-mêmes un "prix raisonnable"?

Nous résumons cette partie de notre mémoire en disant qu'à notre jugement l'imposition, par les fabricants, de prix de détail uniformes leur permet beaucoup plus facilement de s'entendre pour régir la production et les prix dans l'intention de restreindre la concurrence et de porter les profits au maximum, ce qui ne favorise pas l'intérêt public.

V.—*La fixation privée des prix de revente s'accompagne d'une concurrence imparfaite au stade de la fabrication; c'est à l'action conjuguée de ces deux facteurs qu'il faut surtout attribuer la rigidité croissante du régime des prix*

L'économie moderne a beaucoup changé depuis un siècle. Les progrès constants de l'invention et de la technologie modernes ont imprimé leur cachet à notre organisation industrielle. La concentration de l'industrie offre un frappant contraste avec la multitude d'unités indépendantes d'il y a un siècle.

La formation de grandes unités industrielles a permis à un petit nombre d'importantes unités administratives fonctionnant dans tel domaine de la production de modifier la nature de la concurrence; d'illimitée qu'elle était, elle connaît maintenant des limites ou restrictions. Elles ont aussi modifié le mode de fixation des prix de maints produits; les prix sont maintenant établis dans les bureaux des sociétés et maintenus à ce niveau pendant une période déterminée, alors qu'ils l'étaient autrefois par la concurrence du marché. Ainsi, l'organisation industrielle moderne a profondément changé la structure des prix industriels; ils étaient libres, et voilà qu'ils sont établis par l'initiative privée. C'est l'une des grandes différences qui séparent l'économie moderne de celle d'il y a un siècle. Vu que l'économie libre repose essentiellement sur les variations des cours, nous sommes d'avis qu'il importe de résoudre le problème de la fixation rigoureuse des prix par des particuliers si l'on veut faire fonctionner notre économie moderne.

L'essentiel de la fixation privée des prix, pour nombre d'articles de consommation et de production, est le prix de détail, le prix exigé du dernier consommateur. Aussi longtemps que ce prix ne change pas, il est possible de maintenir les décisions prises par le fabricant. Une fois qu'ils ont établi un régime de fixation privée des prix de détail,—les prix ainsi fixés changent rarement,—les fabricants soi-disant rivaux savent que leur propre structure des prix est raisonnablement solide. Les administrateurs, placés à la direction, peuvent alors décider à quel volume s'étendra la production. Si la demande fléchit et que les stocks s'accumulent, ils maintiennent les prix et réduisent la production. Plus la demande baisse moins ils produisent. Que le renvoi d'ouvriers réduise encore davantage la demande de tous les produits industriels, et la production est encore abaissée. Jamais, durant tout ce temps, le prix de détail établi pour le produit n'est réduit, et s'il l'est, c'est très peu. Le détaillant n'a pas le droit de réduire ses prix dans la mesure du fléchissement de la demande. S'arroge-t-il ce droit, il passe pour "carotteur" et pose un acte de "déloyauté commerciale". Il charge sa conscience d'un péché qui, de l'avis de plusieurs hommes d'affaires, nuit à l'intérêt général et même à l'intérêt du consommateur.

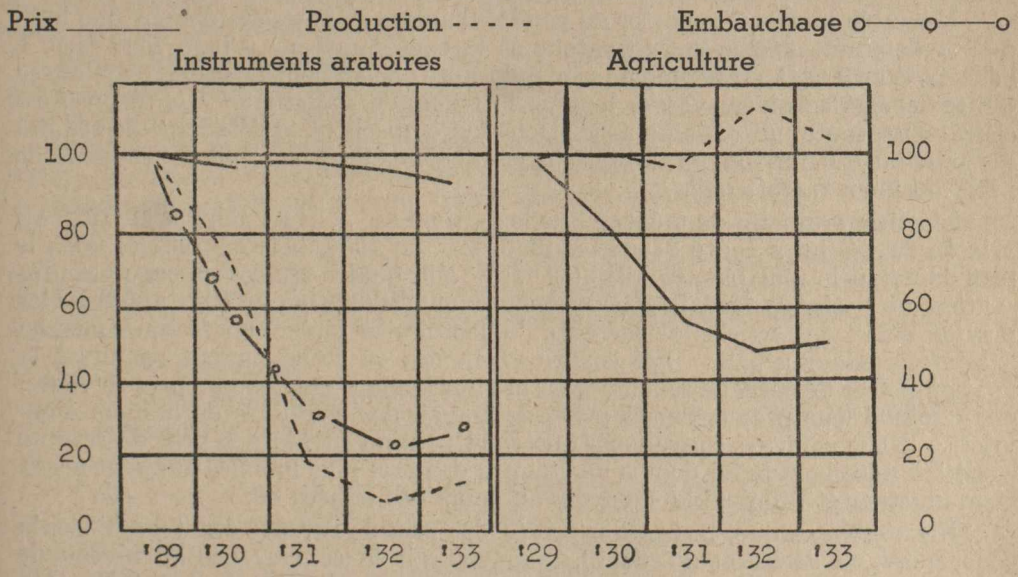
Si le détaillant avait la faculté d'établir ses prix à sa propre discrétion, la concurrence que se feraient, à l'échelon du détail, les marchands vendant la même marque et les marchands offrant des produits de marques différentes ferait baisser les prix de détail, ferait baisser un peu les prix à la sortie de l'usine, diminuerait peut-être les bénéfices, mais elle augmenterait la consommation et la production et atténuerait le chômage.

La production et la vente des instruments aratoires illustrant bien la ligne de conduite suivie dans une industrie dominée par un petit groupe d'importants producteurs qui recourent au régime de la fixation privée des prix en vue de maintenir les prix au détriment de la production et de l'embauchage au sein de leur propre industrie. Cette ligne de conduite fait contraste avec celle de l'industrie agricole, qui à cause de sa nature, maintient sa production totale à des niveaux relativement stables et subit pleinement le contre-coup des oscillations dans la demande des denrées qu'elle produit.

Lorsque la demande fléchit, comme durant les années 30, les cultivateurs, même s'ils travaillent à plein temps, touchent un revenu très bas, parce que leurs prix, très flexibles, baissent considérablement; ils se voient dans l'impossibilité d'acheter maints produits industriels dont les prix sont fixés d'une façon passablement rigide. Le petit nombre de travailleurs industriels qui gardent leurs emplois lorsque la production baisse dans l'industrie touchent sans doute un revenu satisfaisant, mais l'ensemble des travailleurs industriels, considéré en fonction du chômage général, ne s'en tire guère mieux que la classe agricole elle-même.

Le graphique qui suit, tiré du rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix, démontre très clairement la situation pour l'agriculture et l'industrie des instruments aratoires.

PRIX, PRODUCTION ET EMBAUCHAGE*, INDUSTRIE DES INSTRUMENTS ARATOIRES ET AGRICULTURE, 1929=100



De 1929 à 1933, dans l'industrie des instruments aratoires, les prix n'ont fléchi que de 7 p. 100, tandis que la production a baissé de 90 p. 100 et l'embauchage, de 73 p. 100. Au cours de la même période, la production agricole totale est restée stable, mais les prix des denrées ont baissé de 50 p. 100.

* Les données relatives à l'embauchage dans l'industrie des instruments aratoires, au nombre de 17, sont tirées de sources officielles et ont été ajoutées au graphique ci-dessus, extrait du rapport de 1935 sur les écarts de prix.

L'industrie du ciment offre un autre exemple des effets désastreux de l'immobilité des prix. Il s'agit en l'espèce d'un monopole ou quasi-monopole, mais l'exemple démontre parfaitement quels effets produit un système rigide des prix lorsque la demande fléchit. Qu'il existe un vrai monopole, une coalition, une coalition partielle, ou même une concurrence sans restriction au stade de la fabrication, toute pratique qui aboutit à la fixation privée des prix de revente au détail provoque un manque de souplesse dans les prix et fait qu'au lieu d'ajuster les prix on ajuste la production et l'embauchage. Que la demande fléchisse, et l'économie tombe dans un complet désordre.

Prix de gros et production, industrie du ciment au Canada*

		Indice de la production	Indice des prix de gros (Le baril)
1929	12,284,000	100	100
1930	11,032,000	90	100
1931	10,162,000	83	102
1932	4,499,000	37	105
1933	3,007,000	24	106
1934	3,783,000	31	106
1935	3,648,000	30	106

* Source: Bureau fédéral de la statistique.

De 1929 à 1933, l'industrie du ciment a majoré ses prix de gros de 6 p. 100 et réduit sa production de 76 p. 100. Nous ne connaissons pas les prix de détail du ciment pour la même période, mais tout porte à penser qu'ils suivraient de près les fluctuations des prix de gros.

Il semble inutile d'apporter au comité d'autres preuves établissant que lorsque la demande fléchit le cultivateur et le consommateur urbain font face, à l'échelle du détail, à un régime de prix qui refuse absolument de céder. Qu'est-ce qui maintient ce niveau élevé, lorsque la demande s'affaiblit? La réponse est claire: c'est toute une série de restrictions qui empêchent le détaillant de réduire ses prix ou qui lui font craindre, s'il les abaisse, de passer pour "coupeur de prix" ou pour "carotteur".

L'article ordinaire de ménage que le cultivateur pouvait acheter en 1929 au prix de $1.04, lui a coûté $1.03 en 1930, 99c. en 1931, 98c. en 1932 et 95c., le prix de détail le plus bas, en 1933.(1) Il a fallu quatre années de crise grandissante et de chômage généralisé pour amener une diminution de 10 p. 100 dans les prix de détail des articles de ménage. L'histoire se répète, en ce qui concerne le consommateur urbain. Les coalitions, tacites ou réelles, ayant recours à la fixation privée des prix de revente pour assurer le maintien de leurs prix de vente, ont diminué leur production et privé de travail des centaines de milliers d'ouvriers. Nous sommes convaincus que si la fixation privée des prix de revente avait été mise hors la loi depuis longtemps, des prix plus mobiles auraient accru la production et diminué le chômage au cours des années 30.

Nous croyons que, la fixation privée des prix de revente étant prohibée, la concurrence, à l'échelon du détail, augmenterait la concurrence au niveau de la fabrication, ce qui, du même coup, limiterait les avantages qu'ont les fabricants à s'entendre pour restreindre la production.

Le comité se demandera sans doute pourquoi nous avons tant appuyé sur les années 30. C'est pour montrer qu'en période de faible demande l'inflexibilité des prix jette le désarroi dans toute l'économie. Personne ne peut

(1) Indice du coût de la vie, articles de ménage agricoles, établi par le Bureau fédéral de la statistique: 1935-1939=100; 1929=104·4; 1930=103·5; 1931=99·1; 1932=98·3; 1933=94·8.

nier que la fixation privée des prix de revente constitue l'un des plus importants facteurs de cette immobilité. Chaque déclaration, faite ou à faire, à l'appui de ce régime restrictif souligne ou soulignera les immenses avantages, en fait de stabilité, qu'il procure au marchand et au fabricant. Examiner l'important problème de la fixation privée des prix de revente à la lumière des conditions présentes exclusivement empêche de voir le problème encore plus vital des mauvais effets lontains que ce régime peut avoir sur toute l'économie.

Raisons invoquées en faveur de la fixation privée des prix de revente

Voici les arguments, suivis de notre réfutation, des tenants de la fixation des prix:

I.—On prétend:

> Que rien, dans le régime de fixation des prix de revente par un fabricant en particulier n'empêche d'autres fabricants de produire les mêmes articles ni d'établir les prix de leur choix. En d'autres termes, une saine concurrence a cours au stade de la fabrication.

Considérons le cas des fabricants des machines à laver A, B et C. Chacun d'eux fixe privément les prix de revente. Bien souvent, le même détaillant vend les trois marques. Parce que le même détaillant vend les trois marques, les marges de bénéfice autorisées par les fabricants à l'égard de leurs produits respectifs seront sensiblement les mêmes. Autrement, le détaillant pousserait la vente de telle marque de préférence à telle autre.

Or, chaque fabricant, sachant qu'il ne court aucun risque de voir le détaillant réduire le prix du produit de l'une des sociétés rivales, n'a pas à craindre que la vente forcée des machines rivales nuise à la vente de son propre produit. Chaque fabricant se trouve donc dispensé de la nécessité de réduire son prix au détaillant en vue de pousser la vente de son propre produit. La concurrence entre fabricants disparaît en conséquence sans délai.

Si le détaillant pouvait varier ses prix, suivant les qualités et les modèles de lessiveuses, conformément aux exigences de l'offre et de la demande, le fabricant pourrait toujours réduire ses prix de détail de façon à maintenir la marge de bénéfice du marchand et à concurrencer son rival. En d'autres termes, l'élimination de la concurrence des prix à l'échelon du détail tend effectivement à restreindre ou à atténuer la concurrence des prix à l'échelon de la fabrication.

Un fabricant peut, sans doute, produire les mêmes articles, mais une fois qu'il les a produits et qu'il en a fixé les prix, il sait que la concurrence des prix, en ce qui le concerne disparaît presque par la suite, attendu que ses rivaux établissent les prix de détail et assurent des marges de bénéfices stables.

II.—On prétend:

> Que la fixation privée des prix de revente empêche la concentration économique entre les mains des gros détaillants et aide à maintenir dans son commerce le petit détaillant indépendant.

Voilà l'argument classique dont on fait tant état. L'argument suppose, bien entendu, que les frais administratifs du petit détaillant indépendant sont plus élevés et que sa compétence, comme distributeur, laisse davantage à désirer car, autrement, il pourrait soutenir la concurrence à l'échelon du détail. S'il confesse son impuissance, quelle meilleure preuve nous faut-il pour démontrer que la fixation privée des prix de revente majore les marges de bénéfices ainsi que les prix de détail beaucoup plus que ne les majorerait un régime de concurrence des prix à l'échelon du détail? L'argument fait donc, jusqu'à un certain point, double jeu. Si, comme on l'assure, la fixation privée des prix de revente n'entraîne aucun relèvement des prix de détail ni des marges de bénéfice, le petit détaillant indépendant ne souffrira pas de l'interdiction de cette pratique.

D'autre part, supposé que la mise de la pratique hors la loi lui nuise, et "gravement", c'est dire que la fixation privée des prix de revente majore vraiment les prix et les marges de bénéfice.

En réalité, on exagère démesurément la valeur de cet argument. En effet, des milliers de petits détaillants indépendants jouissent déjà d'avantages marqués sur les grands magasins: meilleur emplacement, classe de clients, services personnels; ces avantages ont toujours suffi à les maintenir en affaires. D'ailleurs, les ventes assujéties à la fixation privée des prix ne représentent, pour des milliers de petits détaillants indépendants, qu'une proportion relativement faible de leurs ventes totales. Une réduction modérée dans les prix des articles à prix fixé ne leur ruinerait certainement pas. Nous admettons que certains marchands indépendants, que des hommes d'affaires, que même des milliers de cultivateurs ne sont pas tellement prospères. Toute chute des prix emporte son contingent de victimes. Cela s'est toujours vu. Si la réduction des marges de bénéfice et des prix aux consommateurs devait avoir directement pour conséquence d'acculer à la faillite quelques marchands indépendants, les victimes seraient ceux dont l'exploitation est à peine rentable.

Une fois établie une marge favorable, au moyen de la fixation privée des prix de revente, le premier souci des associations commerciales de marchands indépendants est d'empêcher que les membres de ces associations n'augmentent trop rapidement en nombre. Attendu que les prix sont fixés, un surcroît de marchands nuit aux bénéfices de chacun sans procurer aucun avantage au consommateur.

Au Royaume-Uni, les restrictions découlant d'ententes privées se sont généralisées dans le commerce des produits pharmaceutiques, comme en fait foi la lettre suivante émanant du secrétaire de la British National Pharmaceutical Union. Le texte de la lettre est extrait du magazine *Fortune*, dont il a déjà été question:

> Dans notre pays, tout vendeur de médicaments brevetés doit se munir d'un permis; nous avons constaté tout d'un coup que ces vendeurs augmentaient en nombre au rythme de huit à neuf mille par année . . .
> Il faut admettre que les succès remportés par le régime de la fixation des prix inauguré . . . il y a 38 ans ont effectivement maintenu les prix des médicaments brevetés, et que les bénéfices de 20 à 30 p. 100 que ce commerce rapporte incitent énormément les autres boutiquiers à s'engager dans la vente de médicaments brevetés . . . Vous voyez donc que les succès que nous avons remportés dans nos tentatives en vue de supprimer la réduction des prix dans nos propres cadres ont fait surgir une armée de concurrents dans notre propre commerce . . .

Ma propre association a jugé qu'il serait raisonnable d'inviter les fabricants de médicaments brevetés et d'articles chirurgicaux à restreindre leur distribution au commerce des pharmacies. Nous demandons aux propriétaires de ces articles de signer une entente valable pour sept ans et en vertu de laquelle la vente de ces articles n'est faite que par l'entremise des pharmaciens. Nous nous engageons, en retour, pour le compte des pharmaciens, à pousser les ventes de notre mieux. . . Par contre, nous demandons à tous nos membres de s'abstenir d'étaler dans les montres, sur les comptoirs ou ailleurs les marchandises ou la réclame des marchandises qui répondent à nos normes mais qui ne sont pas inscrites sur notre liste.

Au Canada, des vendeurs d'appareils électriques ont admis que la majoration des marges bénéficiaires a par trop multiplié le nombre des marchands. C'est la constatation qu'a enregistrée en 1948 le congrès annuel de l'Ontario Association of Radio and Appliance Dealers:

Au sujet des remises, un autre a dit que les vendeurs ont sacrifié une forte proportion des remises plus considérables d'avant la guerre sous forme d'offres de reprise plus élevées et autres pratiques tendant à pousser les affaires. Il ne pensait pas que les pertes d'escompte fussent actuellement aussi élevées qu'elles le paraissent de prime abord. Dans le même ordre d'idées, un autre marchand a opiné que les fortes remises d'autrefois avaient depuis quelques années attiré "un tas de vauriens" dans le commerce des appareils. On pourrait, dit-il, les en chasser par une diminution des remises, "bienfaits insoupçonnés".

Remises moins élevées sur les rasoirs

Quelqu'un a pu répliquer: "Demander des réductions de la remise, c'est demander un tas de rasoirs pour se couper la gorge".

Le congrès ontarien a adopté un vœu portant sur les moyens à trouver pour limiter la vente des appareils électriques aux authentiques débits desdits appareils.(1)

Le public ne peut pas toujours compter sur les petits détaillants, par l'intermédiaire de leurs associations et de la fixation des prix, pour le protéger contre ce qu'on appelle la puissance économique des gros détaillants. Les restrictions mises en œuvre par une coalition de marchands indépendants peuvent donner dans le monopole tout autant que celles des grandes sociétés.

On nous chante souvent que les prix de revente fixés par des particuliers sont "justes" envers le public, que les prix ainsi fixés doivent donc favoriser l'intérêt général. C'est pure fumisterie, car qui établira quels sont les prix qui sont justes envers le public et quels sont ceux qui ne le sont pas, attendu que les prix sont fixés privément sans que le public y ait son mot à dire?

III.—On prétend que dans les petites localités où il n'y a qu'un marchand l'absence de la fixation privée des prix de revente conduirait au monopole, et que la population se verrait exploitée par le marchand, qui demanderait des prix exorbitants.

L'argument aurait eu quelque prise il y a vingt ans, mais aujourd'hui il brouille les cartes. En effet, l'usage presque universel de l'automobile, du tramway et des comptoirs postaux, assure à la concurrence le pouvoir d'empêcher toute exploitation monopolisatrice du consommateur.

IV.—On prétend que la fixation privée des prix de revente assure la stabilité dans la structure des prix, empêchant ainsi les fluctuations excessives dans les deux directions attendu que les prix sont ordinairement fixes.

Nous avons déjà clairement établi que la fixation privée des prix de revente porte en majeure partie la responsabilité du maintien rigide des prix fixés lorsque la demande fléchit. Nous avons fait observer que cette pratique détruit l'équilibre dans le système des prix, est dans une large mesure responsable du grave chômage qui sévit à certaines époques et empêche l'ajustement automatique au sein du système des prix.

A l'argument voulant que la pratique empêche certains marchands d'exiger des prix exorbitants durant les périodes de pénurie, nous répondrons que depuis un siècle il ne s'est produit que deux époques où les marchandises ont été vraiment rares. La première a été celle de la première Guerre mondiale et des deux années qui ont immédiatement suivi la fin des hostilités; la seconde est celle de la dernière grande guerre et des années qui l'ont immédiatement suivie. Jamais, hors ces périodes, il n'y a eu pénurie vraiment grave de marchandises.

Durant le dernier conflit, le gouvernement canadien, par sa Commission des prix et du commerce en temps de guerre, a pris les mesures qui s'imposaient

(1) Quincaillers et marchands d'articles métalliques et d'appareils électriques. Le 1er mai 1948.

afin d'empêcher les marchands de vendre à des prix excessifs les marchandises devenues rares. L'État n'a pas confié cette mission à des particuliers.

Même à l'heure présente, on ne saurait soutenir qu'il y ait grave pénurie de marchandises en fonction de la demande. Plusieurs commerçants nous avertissent que leurs stocks sont relativement abondants. S'il devient nécessaire d'empêcher les prix de monter excessivement, l'État peut intervenir tout comme il l'a fait en 1941. Il peut se passer de la réglementation privée et de l'intervention des particuliers, s'il s'agit de protéger le consommateur.

V.—On prétend que la fixation privée des prix de revente suscite la confiance du public dans le produit d'appellation et du même coup étend le marché du fabricant.

Il est admis que la réclame nationale qui vante tel produit de marque connue éveille l'intérêt du consommateur; si le produit répond à toutes les qualités que lui prête une réclame tapageuse, les ventes du fabricant augmenteront.

Nous nions, cependant, que la fixation des prix dans tous les magasins, d'une extrémité à l'autre du Canada, éveille la confiance du consommateur dans un tel produit. Des fois, c'est tout le contraire qui arrive. Le cultivateur qui, se cherchant un abreuvoir, se fait coter exactement le même prix dans tous les magasins auxquels il s'adresse pour la même marque d'abreuvoir, l'abreuvoir Beatty mettons, n'en est pas pour autant convaincu de la supériorité du matériel Beatty, du fait que les prix ont été fixés. Il préfère sans doute les produits Beatty parce qu'il les juge excellents.

Il en est de même de la ménagère qui s'achète des articles de ménage. Elle ne refusera pas sa confiance à un article bien connu au pays simplement parce qu'elle aura constaté une certaine concurrence des prix à l'échelon du détail. Tout ce qu'elle demande c'est que la réclame soit honnête et la qualité maintenue. Dans ce cas, le fabricant n'a pas à craindre qu'elle cesse d'acheter ses produits.

VI.—Les fabricants prétendent que la fixation privée des prix de revente permet au fabricant de vendre plus de produits, par l'intermédiaire d'un plus grand nombre de distributeurs, attendu qu'il peut compter sur un plus grand nombre de détaillants.

Lorsque le fabricant fixe les prix de revente au détail de ses produits, il assure au détaillant une marge suffisante pour qu'il y en ait un grand nombre qui les tiennent en magasin. En outre, le détaillant n'a pas à craindre la concurrence des prix à l'échelon du détail. Cet état de choses tend logiquement à multiplier le nombre des débits et joue, à ce qu'on prétend, à l'avantage du fabricant.

Cet argument en faveur de la fixation privée des prix de revente vient à l'appui de la thèse que nous soutenons contre la même pratique: c'est-à-dire que les marges bénéficiaires sont établies à un niveau suffisamment élevé pour qu'elles donnent satisfaction et aux détaillants à frais administratifs élevés et aux détaillants dont les frais administratifs sont moyens ou faibles. En toute logique, plus la marge bénéficiaire s'élève, plus grand devient le nombre des marchands qui offrent en vente la marchandise. Lorsque le fabricant cherche à étendre sa distribution en multipliant des débits, il manque quelque peu de logique. La multiplication excessive des vendeurs dans un même domaine diminue nécessairement le chiffre d'affaires par marchand; c'est-à-dire que les bénéfices nets baissent, au point qu'il faille recourir à la fixation d'une forte marge bénéficiaire pour que le vendeur reste en affaires.

Même si l'argument valait dans un cas particulier (d'une société pouvant ainsi multiplier ses agences), il perd toute sa valeur à l'échelle nationale, c'est-à-dire pour tous les produits assujétis à la fixation des prix. Si l'argument conservait sa valeur à l'échelle nationale, il suffirait pour maintenir un haut niveau

de prospérité dans tout le Canada de multiplier les débits de toutes les marchandises. De cette façon, nous aurions tous plus de denrées à consommer et tout le monde serait heureux.

Les niveaux élevés d'existence ne dépendent ni du grand nombre des débits de détail ni de la distribution généralisée des marchandises. Les niveaux élevés d'existence dépendent du haut volume de production par tête. Les ressources à exploiter, la main-d'œuvre disponible ne sont pas illimités. Voilà les fondements de notre niveau d'existence, et non pas les débits de détail. D'ailleurs, une pratique qui entraîne la multiplication des débits, la prolifération d'une réclame d'envergure nationale aussi criarde que tapageuse, le luxe des étalages et l'offre de services de fantaisie inutiles, retarde plutôt les progrès que pourrait faire notre niveau d'existence en affectant au gaspillage beaucoup trop de nos ressources et de notre main-d'œuvre.

Sommaire

Le programme national en matière de prix minimums des produits agricoles, établi en vertu d'une loi fédérale, n'est nullement comparable avec la fixation des prix de revente par les particuliers, qui est appliquée en vertu d'une "loi privée". Les prix minimums des produits agricoles sont établis pour parer aux situations exceptionnelles et temporaires du marché. Ces prix n'ont jamais été établis à des niveaux propres à stimuler la production.

Les offices provinciaux des produits laitiers n'établissent les prix du lait nature qu'après une enquête approfondie et complète menée par une commission compétente désignée par le gouvernement. La commission tient compte des intérêts divergents des producteurs, des distributeurs et des consommateurs; elle prend une décision qui, à son avis, est dans l'intérêt public. Cette méthode légale, appliquée au grand jour, est bien différente de la méthode restrictive et peu démocratique selon laquelle les prix de revente sont fixés par des particuliers.

Nous sommes fermement convaincus que la pratique commerciale restrictive appelée techniquement "fixation des prix de revente", et que nous avons désignée par son vrai nom, la "fixation des prix de revente par des particuliers", n'est pas, en fin de compte, dans l'intérêt des ouvriers, des hommes d'affaires, des consommateurs et des cultivateurs; en d'autres termes, elle n'est pas dans l'intérêt public.

Nous fondons notre opinion sur les motifs suivants:

La fixation des prix de revente par des particuliers

(1) Élimine la concurrence en matière de prix de détail du fait que chaque marchand s'entend avec le fabricant pour vendre à des prix fixés. Cette entente crée une coalition de fait, sinon aux yeux de la loi.

(2) Se revêt souvent du manteau de la légalité en vertu d'ententes qui n'ont pas encore soutenu l'épreuve des lois du pays.

(3) Est appliquée par de simples particuliers qui recourent à l'intimidation et aux menaces, qui refusent même de fournir des approvisionnements.

(4) Suscite, entre le fabricant et le consommateur, un écart de prix plus considérable que celui qui existerait sous un régime de liberté des prix.

(5) Assure aux distributeurs les plus compétents des marges de bénéfice excessives, dont la majeure partie est consacrée à une publicité outrée faite dans tout le pays et que le public doit défrayer indirectement.

(6) Favorise les coalitions entre fabricants. En effet, lorsque les fabricants peuvent maintenir les prix de détail, ils sont plus portés à conclure entre eux des ententes explicites ou implicites.

(7) Étant donné la puissance de la coalition qu'elle établit effectivement dans le domaine des prix de détail et vu qu'elle favorise directement la conclusion d'ententes entre fabricants, est la grande cause de l'inflexibilité des prix qui, dans les périodes où la demande fléchit, entraîne un amoindrissement délibéré et concerté de la production ainsi qu'une diminution considérable de l'emploi.

Recommandation

Les témoignages contre la pratique de la fixation des prix de revente par des particuliers semblent tellement écrasants que nous recommandons au Comité la mesure suivante:

Que la loi des enquêtes sur les coalitions soit modifiée de manière à rendre cette pratique illégale et ne comporte aucune disposition restrictive à propos de la question de savoir si cette pratique est utile ou nuisible à l'intérêt public.

APPENDICE C

MÉMOIRE

présenté au

COMITÉ MIXE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

par

la CANADIAN ASSOCIATION OF RADIO AND APPLIANCE DEALERS

Au nom du président et du conseil d'administration de la Canadian Association of Radio and Appliance Dealers, je suis très heureux d'avoir l'avantage de présenter au Comité le présent mémoire concernant la fixation des prix de revente.

La Canadian Association of Radio and Appliance Dealers a été organisée il y a environ neuf ans par un groupe de détaillants indépendants d'appareils de radio et d'appareils électriques pour servir surtout d'agent de liaison entre les détaillants d'appareils de radio et d'appareils électriques, les autres groupes de détaillants et les divers organismes d'État s'occupant alors de l'économie de guerre. Le succès que ce groupement a obtenu dans l'exécution de cette fonction a conduit à l'établissement de l'organisme permanent actuel qui, depuis neuf ans, est reconnu comme le porte-parole d'environ 6,000 marchands indépendants d'appareils de radio, d'appareils de télévision et d'appareils électriques au Canada.

Fixation des prix de revente

Le 16 septembre 1950, l'Association a adressé à l'honorable J. H. MacQuarrie une lettre afin d'exposer les vues de ses membres sur les modifications qu'on se proposait d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions, compte tenu du mandat du comité MacQuarrie, à savoir:

> Étudier, à la lumière des conditions présentes, les méthodes et les objectifs de la loi des enquêtes sur les coalitions ainsi que des statuts canadiens connexes, analyser la législation et la procédure en vigueur dans les autres pays, dans la mesure où celles-ci peuvent être de quelque secours, et recommander, s'il y a lieu, des amendements à la législation canadienne afin qu'elle contribue plus efficacement à favoriser et à sauvegarder notre économie libre.

La lettre que nous avons alors adressée, même si elle mentionnait la fixation des prix de revente, portait en général sur les principaux aspects de la loi sur les coalitions alors à l'étude. Si nous avions su que la fixation des prix de revente devait faire l'objet d'une étude spéciale, nous aurions sûrement traité beaucoup plus longuement ce sujet qui est d'une importance considérable dans notre industrie, puisqu'elle est assujétie à la fixation des prix dans la proportion de 80 à 90 p. 100. Voilà pourquoi les administrateurs de notre association sont d'avis que les conclusions et les vœux que renferme le rapport MacQuarrie ne s'appuient pas sur une connaissance parfaite et complète des faits en ce qui concerne notre industrie. Nous ne pouvons donc reconnaître avec le comité MacQuarrie que, pour ce qui est des appareils de radio et des appareils électriques, la fixation des prix de revente

> Est une pratique restrictive ou monopolistique préjudiciable au bien-être général.

En conséquence, nous demandons respectueusement qu'une autre enquête plus complète soit menée par le Comité mixte ou un autre organisme ayant plein pouvoir d'étudier la question de la fixation des prix de revente et ses effets sur le consommateur.

Nous aimerions signaler qu'il existe déjà des dispositions législatives, aux termes de la loi des enquêtes sur les coalitions, concernant la fixation des prix de revente. Il s'agit du chapitre 26 des Statuts revisés du Canada, 1927, article 2, paragraphe 1, alinéa *c*). A notre connaissance, la simple pratique de la fixation des prix de revente n'a jamais fait l'objet d'une décision d'un tribunal canadien, ni d'une enquête bien déterminée sous l'empire de la loi des enquêtes sur les coalitions, même si la loi existe. Si l'on croit que la fixation des prix de revente "opère au détriment ou à l'encontre de l'intérêt du public", cette question devrait être réglée à l'avantage de tous par la voie juridique normale.

D'ici là, qu'il nous soit permis d'exposer au Comité quelques-unes des raisons qui nous portent à croire que, en ce qui concerne les appareils de radio et les appareils électriques, la fixation des prix de revente n'agit pas ni n'est susceptible d'agir "au détriment ou à l'encontre de l'intérêt du public".

Prix

D'après les chiffres ci-après mentionnés, qui indiquent la majoration moyenne permise aux détaillants d'appareils de radio et d'appareils électriques, vous constaterez que, dans tous les cas, la majoration des articles à marque de fabrique (qui comportent un prix de revente proposé) est moins forte que celle des articles ne portant pas de marque de fabrique, lesquels ne sont pas assujétis dans la même mesure à la fixation des prix.

> Laveuses—Portant une marque de fabrique (comportant un prix de de revente proposé), remise moyenne de 30 à 35 p. 100; ne portant pas de marque de fabrique, remise moyenne de 40 à 46 p. 100.
>
> Cuisinières—Portant une marque de fabrique (comportant un prix de revente proposé), remise moyenne de $33\frac{1}{2}$ à $37\frac{1}{2}$ p. 100; ne portant pas de marque de fabrique, remise moyenne de 35 à 50 p. 100.
>
> Réfrigérateurs—Portant une marque de fabrique (comportant un prix de revente proposé), remise moyenne de 30 à 35 p. 100; ne portant pas de marque de fabrique, remise moyenne de 35 à 50 p. 100.

Les remises susmentionnées démontrent que, dans le cas des articles à marque de fabrique (comportant un prix de revente proposé), les marges de bénéfices sont bien plus faibles que dans le cas des articles ne portant pas de marque de fabrique. Ces majorations sont accordées à 6,000 marchands d'appareils de radio et d'appareils électriques dans tout le Canada.

Études techniques et recherches

Tous les fabricants d'articles à marque de fabrique ont à leur emploi des techniciens, des chercheurs et des préposés à l'entretien et aux réparations pour assurer au public que leurs articles, d'une année à l'autre, sont toujours de bonne qualité et comportent des améliorations remarquables. Les fabricants d'articles ne portant pas de marque de fabrique ne maintiennent pas les mêmes services; en outre, il s'en faut de beaucoup qu'ils soient aussi stables du point de vue économique.

Distribution efficace

Le présent régime des prix de revente proposés, que met en œuvre l'industrie des appareils de radio et des appareils électriques, offre à tous les consommateurs canadiens l'avantage d'acheter au même prix, les mêmes articles de haute qualité dans toutes les régions du pays, si éloignées soient-elles.

Il protège aussi le public contre l'accaparement du système de distribution au détail par quelques grands magasins à rayons, magasins de commandes postales et magasins à succursales qui, ainsi, créeraient un monopole très dangereux. A l'heure qu'il est, les sept dixièmes de notre distribution au détail se font par l'intermédiaire de petits détaillants. On se rend facilement compte de l'importance de cette distribution pour notre économie et pour les petits commerçants indépendants qui sont l'âme de notre pays.

La publication de prix de revente proposés empêche également les marchands des petites localités d'accroître leurs prix de façon disproportionnée aux prix demandés dans les grandes localités desservies par plusieurs vendeurs.

Acceptation du public

Nous faisons observer au Comité que le public lui-même a déjà décidé si la fixation des prix de revente est "favorable ou défavorable à ses intérêts".

Sous le présent régime de la vente au détail, le consommateur a toutes les occasions de décider s'il désire ou non acheter un appareil à marque de fabrique (qui comporte ordinairement un prix de revente proposé) ou un article ne portant pas de marque de fabrique (dont le prix n'est ordinairement pas fixé). Le marchand vend l'appareil ne portant pas de marque de fabrique au prix qu'il croit pouvoir obtenir (habituellement moins que dans le cas de l'appareil à marque de fabrique). Les chiffres fournis plus bas révèlent que, malgré ce choix, le consommateur préfère de beaucoup les articles à marque de fabrique.

Ces graphiques indiquent les résultats d'un relevé effectué en 1947. Un millier de ménages répartis dans tout le Canada ont contribué au relevé à propos des articles suivants:

Appareils de radio,
Réfrigérateurs,
Cuisinières,
Laveuses.

L'Association est donc d'avis, en ce qui concerne les appareils de radio et les appareils électro-ménagers, que la fixation des prix de revente n'agit pas "au détriment ni à l'encontre de l'intérêt du public", parce qu'elle

1. Permet à un nombre suffisant de petits détaillants indépendants d'empêcher que la distribution au détail ne soit centralisée entre les mains de quelques grands magasins à succursales, magasins de commandes postales et magasins à rayons, qui pourraient être portés à recourir à des pratiques monopolisatrices.

2. Assure au public que, si le marchand ne peut pas ou ne veut pas remplir ses obligations relativement au service de garantie ou au service en général, les fabricants d'articles à marque de fabrique s'occuperont de fournir ce service.
3. Permet à tous les consommateurs, si éloignés soient-ils des grandes villes, d'acheter les articles à marque de fabrique de qualité supérieure aux mêmes prix que les consommateurs des grandes villes.
4. Lorsque les prix baissent, empêche les marchands de continuer à vendre aux anciens prix plus élevés.

L'Association est également d'avis que le comité MacQuarrie n'a pas recueilli assez de faits et de témoignages, ni effectué une enquête assez approfondie sur cette question de la fixation des prix de revente, surtout en ce qui concerne les appareils de radio et les appareils électriques, pour en arriver aux conclusions et aux vœux contenus dans son rapport intérimaire.

Le tout respectueusement soumis,

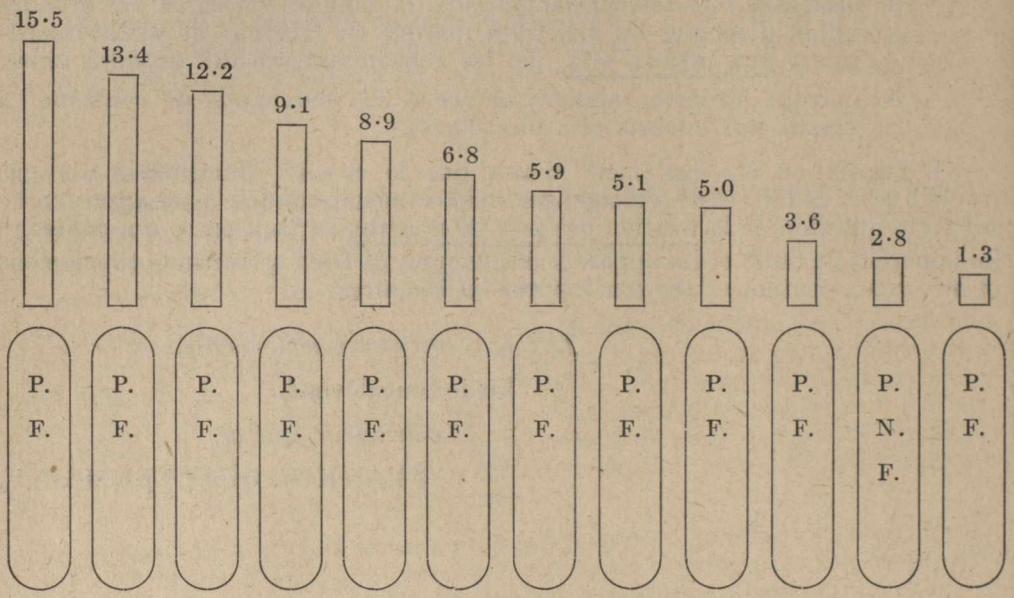
Votre tout dévoué,

Le directeur général,

FRANK L. QUARTERMAINE.

Appareils de radio

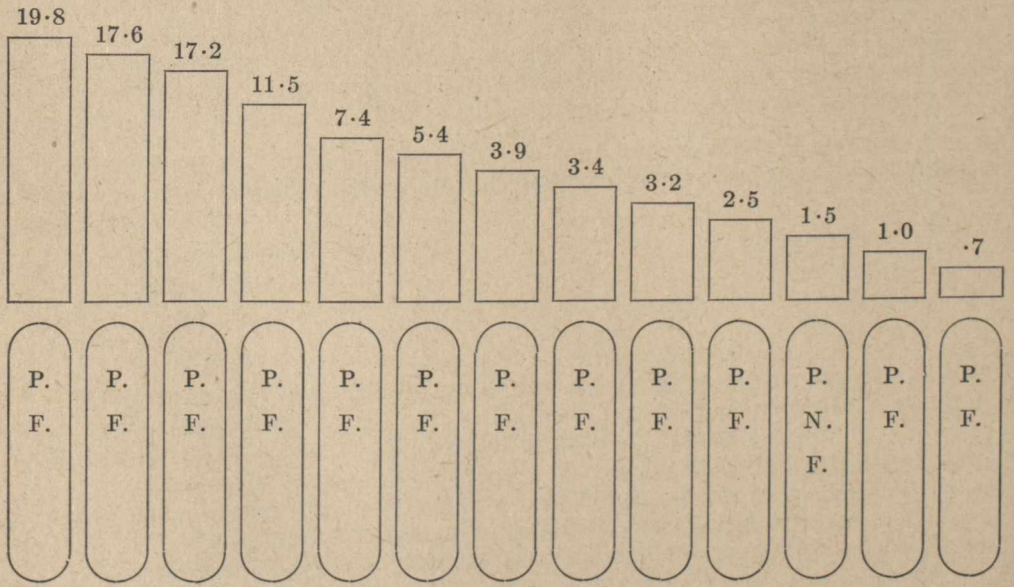
Répartition, selon leur marque, des appareils de radio maintenant en usage



Bien que plus de 70 marques différentes en tout aient été mentionnées, nous n'avons établi le graphique que de celles dont la proportion dépassait 1 p. 100. Beaucoup des autres marques mentionnées étaient disparues du marché depuis des années. Les appareils de radio pour automobiles ne sont pas compris dans le tableau ci-dessus.

La marque qu'ils choisiront

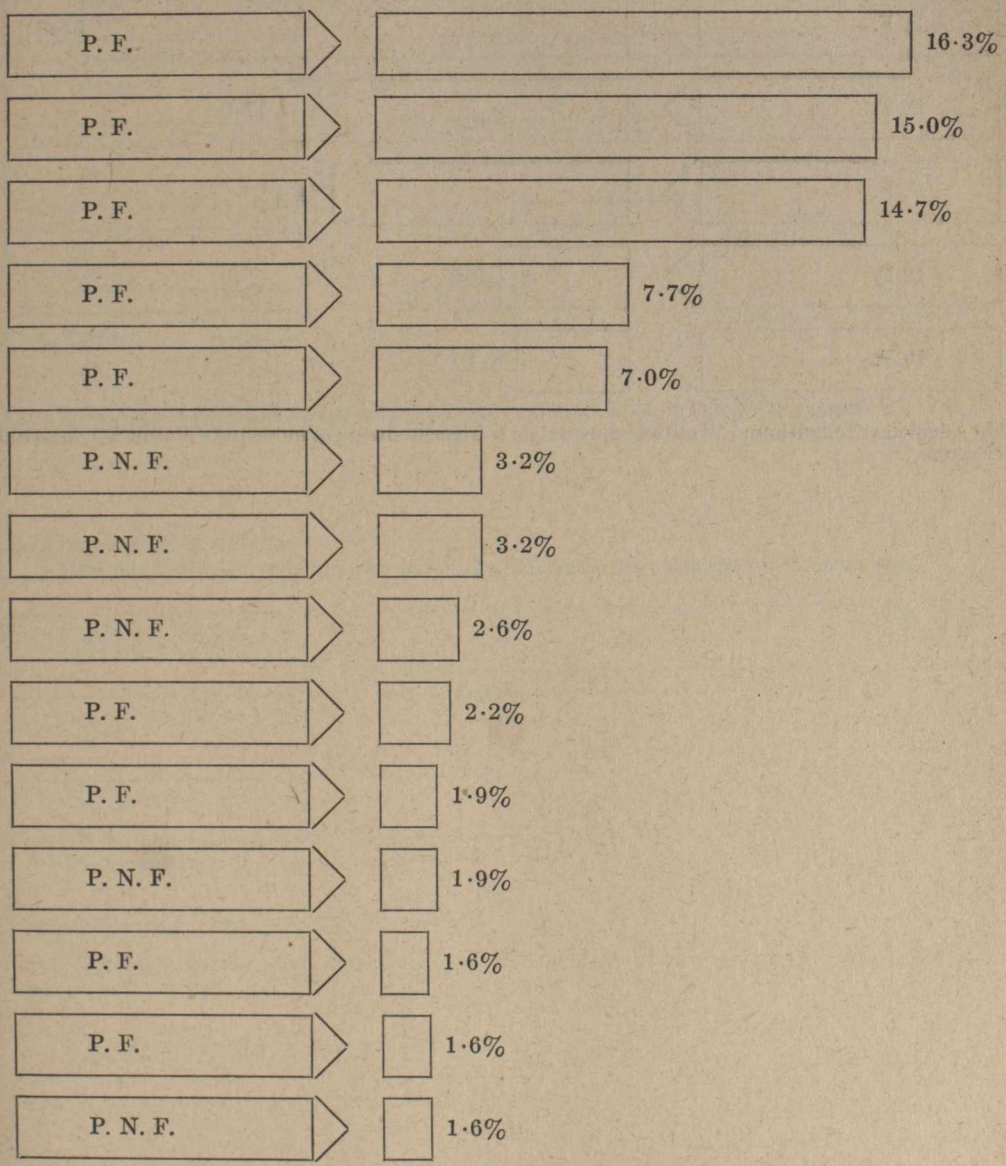
Lorsqu'on leur a demandé quelle marque ils choisiront quand ils achèteront un nouvel appareil de radio, les 500 consommateurs interrogés ont répondu ainsi qu'il suit:



RÉFRIGÉRATEURS

Les marques en usage

Le tableau ci-dessous indique les marques de réfrigérateurs que possédaient les consommateurs interrogés, ainsi qu'en fait foi leur réponse.

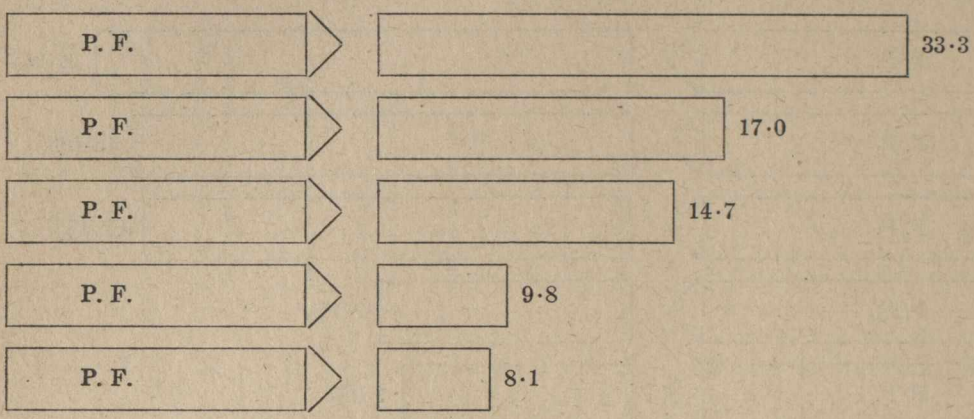


On a mentionné environ 14 autres "marques", dont la proportion était cependant inférieure à 1·5 p. 100 chacune.

RÉFRIGÉRATEURS

La marque qu'ils choisiront.

Marques préférées par ceux qui projettent d'acheter des réfrigérateurs d'ici deux ans.

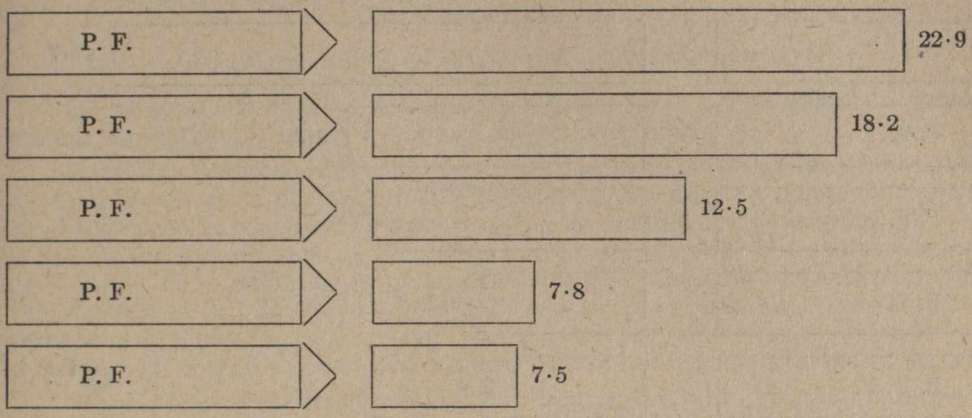


On a également mentionné 10 autres marques de réfrigérateurs où la moyenne s'établit à 1·7 p. 100 chacune.

CUISINIÈRES

Répartition des cuisinières selon leur marque.

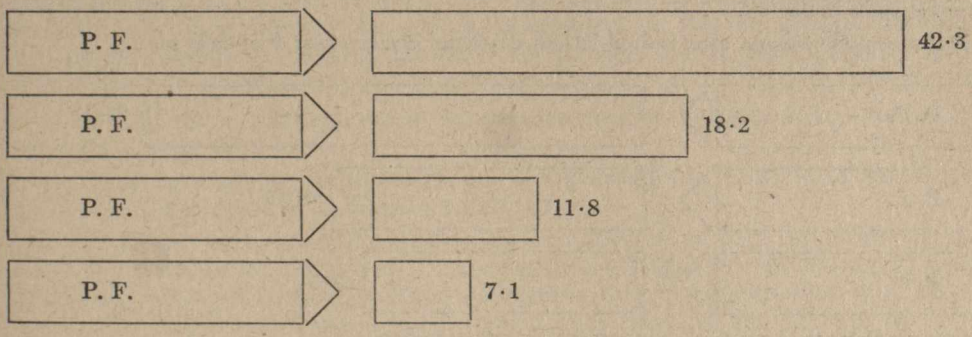
Répartition des marques dans les foyers munis de cuisinières électriques.



On a également mentionné 18 autres marques de cuisinières où la moyenne s'établit à 1·7 p. 100 chacune.

La marque qu'ils choisiront.

Marques préférées par ceux qui projettent d'acheter des cuisinières d'ici deux ans.

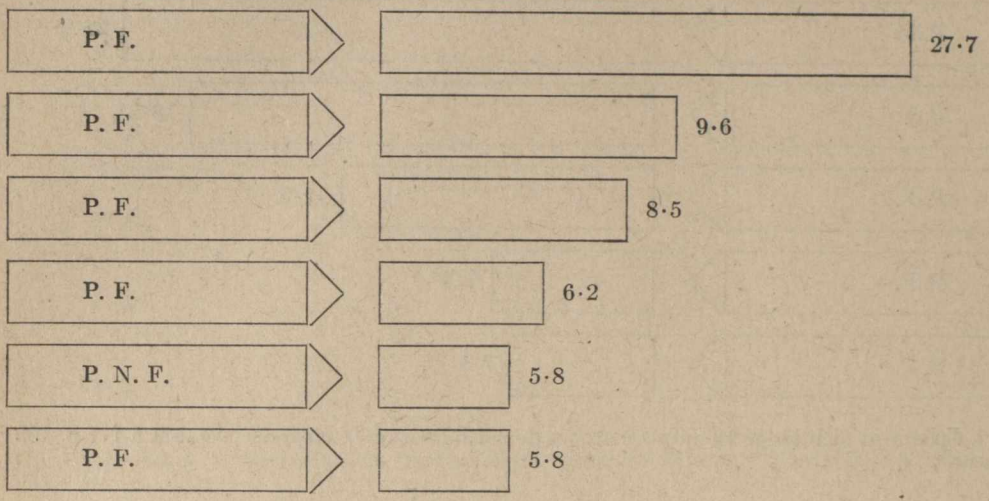


On a également mentionné 8 autres marques de cuisinières où la moyenne s'établit à 2·6 p. 100 chacune.

LAVEUSES

Répartition des laveuses selon leur marque

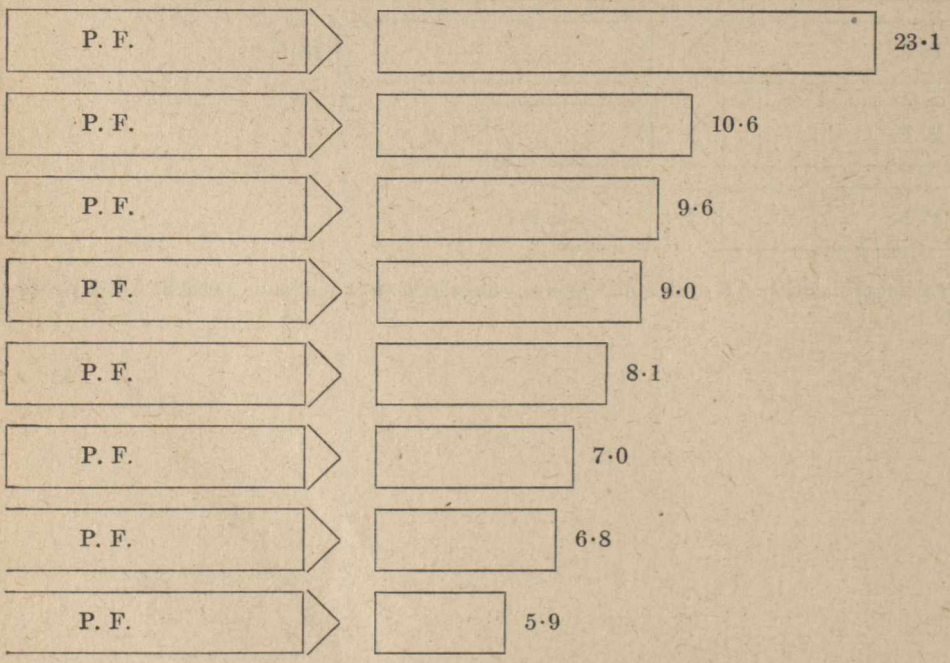
Répartition des marques dans les foyers munis de laveuses mécaniques.



On a également mentionné 16 autres marques de laveuses où la moyenne s'établit à 2·2 p. 100 chacune, ainsi que 53 autres marques qui n'ont reçu que deux mentions ou moins.

La marque qu'ils choisiront.

Marques préférées par ceux qui projettent d'acheter des laveuses d'ici deux ans.



On a également mentionné 11 autres marques de laveuses où la moyenne s'établit à 1·8 p. 100 chacune.

APPENDICE D

MÉMOIRE PRÉSENTÉ PAR LA T. EATON COMPANY

le 27 novembre 1951

AU SUJET DE LA FIXATION DES PRIX DE REVENTE

Les effets de la fixation des prix de revente sur les prix exigés du consommateur constituent l'aspect le plus grave de ce problème.

Dans une économie libre, les prix de détail sont en définitive établis par la loi de l'offre et de la demande, où la préférence du consommateur joue le principal rôle et où la concurrence existe au sein du commerce de distribution. Dans le cas des articles assujétis au régime de la fixation des prix de revente, les forces de l'offre et de la demande ne jouent plus un rôle important dans la détermination des prix et le fabricant les établit au niveau maximum que le consommateur consentira à payer, selon lui. Cette norme n'est pas aussi efficace que celle où la préférence du consommateur et la concurrence constituent les principaux éléments.

D'après le principe fondamental de la fixation des prix de revente on cherche à établir et à maintenir le prix d'un article de manière à l'empêcher de trouver son juste et véritable niveau. Cette méthode maintient presque toujours le prix plus élevé qu'il le serait si on permettait au prix de trouver son propre niveau par le jeu de la libre concurrence.

Lorsqu'un grand nombre de manufacturiers fabriquent des produits qui se font concurrence, le prix réglementé ne peut être fixé à un niveau trop élevé par rapport au cours du marché, mais lorsque la concurrence entre fabricants est restreinte ou n'existe pas, ce qui est le cas à l'égard de beaucoup de produits qui ne sont fabriqués que par un seul établissement ou par un groupe étroitement uni de fabricants la concurrence cesse de compter et on peut fixer les prix au maximum que le consommateur consentira à payer, ce qui est à son détriment.

Le coût de la marchandise au consommateur se décompose en grande partie ainsi qu'il suit:

a) les frais de production, qui comprennent le coût de la matière première et de la main-d'œuvre, et

b) les frais de distribution, qui consistent surtout en frais de main-d'œuvre. Pour que la marchandise atteigne le consommateur au plus bas prix possible, nous soutenons que la concurrence doit s'exercer librement à ces deux niveaux. Les frais de distribution de la marchandise en général représentent de 25 jusqu'à 50 p. 100 du prix exigé du consommateur. Dans le cas des articles à prix fixé, la concurrence entre les détaillants en ce qui concerne la part du distributeur dans le prix au consommateur est grandement diminuée et presque complètement éliminée, et le consommateur ne peut compter que sur l'efficacité de la fabrication et la concurrence entre fabricants pour maintenir les prix à un niveau raisonnable. La concurrence entre détaillants en ce qui concerne la part du distributeur dans le prix au consommateur peut contribuer autant à réduire le coût définitif de l'article au consommateur que le fait l'efficacité et la concurrence à l'échelon du fabricant.

Le commerce de détail est une chose fort complexe, car il y a un grand nombre de commerces de détail différents où la quantité et le genre de service accordé aux clients varient beaucoup; e.g.

1. le magasin où la cliente choisit elle-même sa marchandise, la paie comptant au guichet et l'apporte chez elle, comme dans les épiceries modernes;

2. le magasin à service limité où la cliente choisit sa marchandise avec une certaine aide de la part des commis, la paie comptant et peut la faire livrer, comme dans les rayons en sous-sol où l'on vend à bon marché;
3. le magasin à service complet, comme les magasins à rayons avec service de commandes par téléphone et de livraison;
4. le magasin de luxe où l'on ne vend que des articles de qualité spéciale, et qui accorde une attention et des services tout particuliers aux clients.
5. le magasin qui vend à crédit où l'on peut acheter à long terme au même prix qu'au comptant.

Le service fourni par le détaillant dans chacun de ces magasins varie du point de vue de la qualité et du coût. Le consommateur a donc le droit de s'attendre à pouvoir acheter les marchandises à meilleur marché dans le magasin qui offre un minimum de service que dans celui qui offre le maximum de service.

La fixation des prix empêche le détaillant d'offrir ces économies au consommateur. Le détaillant devrait être libre de décider par lui-même du genre de service qu'il donne et d'établir le prix de ses marchandises selon ses frais d'exploitation. Il incombe aussi au détaillant de décider lui-même s'il doit établir son commerce dans un endroit à loyer et à taxes élevés, ou plutôt en dehors des sentiers battus dans une région où les taxes et le loyer sont bas et de vendre sa marchandise moins cher de ce fait afin d'encourager ses clients à faire leurs emplettes dans un centre moins bien situé.

Dans le cas des marchandises à prix fixés, les détaillants vendent tous aux mêmes prix, peu importe le service donné ou l'emplacement du magasin. On ne sert pas les meilleurs intérêts des clients ni des détaillants en contraignant ces derniers à vendre les articles à prix fixés au même prix dans tous les cas. Il y a place au Canada pour toutes les catégories de détaillants. Si on imposait pareilles restrictions à deux fabricants d'articles semblables il est évident que cette ligne de conduite serait contraire à l'intérêt bien entendu du consommateur. Est-ce moins grave d'interdire toute concurrence entre les détaillants? On supprimerait presque toute concurrence en obligeant les fabricants à agir de la sorte. Dans le cas des articles à prix fixé la concurrence est en somme éliminée au niveau du détaillant, sans que celui-ci ait voix au chapitre et bien souvent contre son meilleur jugement.

Le commerce de détail n'est pas une science précise; les conditions évoluent constamment. Les frais de distribution sont élevés, mais comme les salaires ne cessent d'augmenter, les frais de distribution, qui se composent surtout de salaires, doivent s'accroître davantage. Les détaillants compétents devront continuer de chercher de nouveaux modes de distribution toujours plus efficaces, afin de pouvoir offrir la marchandise au client au plus bas prix possible. Dans le cas des articles à prix fixés, le détaillant n'a pas beaucoup d'intérêt à réduire ses frais d'exploitation, car il ne peut pas en faire bénéficier ses clients, et ainsi augmenter sa clientèle. Il doit se borner, pour attirer un plus grand nombre de clients, à leur fournir des services additionnels, mais cette solution n'intéresse pas le consommateur qui désire acheter au plus bas prix possible.

En ce qui concerne les marchandises à prix fixés, le fabricant établit la marge de bénéfices du détaillant bien qu'il ne soit pas au courant des frais d'exploitation de ce dernier; il réglemente en quelque sorte son commerce même s'il n'y a aucun intérêt financier et n'assume aucun des risques que présente l'exploitation de cette entreprise.

Si le régime de la fixation des prix de revente s'étend au point d'embrasser la majorité des articles offerts en vente, il paralysera le progrès du commerce de détail. Si on avait appliqué ce régime à l'épicerie au même degré qu'on l'a fait dans le cas des apareils électriques, les grandes épiceries modernes n'auraient pas

connu l'essor qu'on sait. Il est de la plus haute importance pour les détaillants de chercher à adopter de nouvelles méthodes qui diminuent leurs frais et leur permettent d'abaisser les prix à l'avantage du consommateur. Tout régime qui entrave la marche du progrès dans le domaine important de la distribution devrait être tenu pour mauvais à ce seul titre.

Le régime de la fixation des prix de revente supprime les avantages que les détaillants et les clients retirent des fortes commandes. Au cours de la guerre, on a démontré de façon très probante que lorsqu'un fabricant peut utiliser ses installations à pleine capacité en tout temps, il peut produire plus efficacement et à un coût moins élevé. Les achats en grosses quantités permettent bien souvent aux fabricants d'exploiter leurs usines pendant la morte-saison et de les maintenir en pleine production. Dans bien des cas on fait profiter de ces économies les détaillants qui placent de fortes commandes, et ces derniers, à leur tour, en font profiter le public consommateur. Sous le régime de la fixation des prix de revente le détaillant n'a aucun intérêt à commander en grosses quantités, car il ne peut pas en faire profiter le client.

La fixation des prix a fait surgir d'autres pratiques qui ne sont pas à l'avantage du consommateur. Un grand nombre de magasins qui vendent à crédit exigent le même prix d'un article, qu'il soit vendu à terme ou comptant. Le vente au comptant est certes plus avantageuse pour le détaillant; or si un client désire payer comptant on devrait l'y encourager en lui accordant certains avantages. Dans le cas des articles à prix fixé, le client qui achète au comptant est victime d'un traitement d'exception de la part du magasin qui vend au même prix au client qui bénéficie d'un délai de 18 mois pour acquitter son achat. De plus les ententes relatives à la fixation des prix de revente empêchent le détaillant de vendre ces articles moins cher au comptant que les magasins qui vendent à terme. Cette pratique est injuste envers le client qui achète au comptant, mais le détaillant ne peut aucunement vendre les articles à prix fixé moins cher au comptant qu'à crédit.

Le régime de la fixation des prix de revente a fait surgir les maisons de vente au rabais, par l'entremise desquelles on peut acheter de la marchandise à prix fixé à un rabais par rapport au prix de revente indiqué sur la liste. C'est là une autre preuve que les majorations dans le cas des marchandises à prix fixé sont plus considérables que ne l'exigent les besoins d'un commerce de détail efficace. D'une part on empêche les détaillants reconnus de vendre à un prix inférieur au prix fixé, mais d'autre part le public peut se procurer ces mêmes articles par l'entremise de ces débouchés d'origine douteuse. Le régime de la fixation des prix leur permet d'exister, mais il soumet les détaillants de bonne foi à un traitement injuste en ne leur permettant pas de faire face à ce genre de concurrents ni de vendre à un prix moins élevé qu'eux, ce qu'ils pourraient faire si la concurrence jouait normalement.

Le véritable problème en ce qui concerne la fixation des prix de revente au détail est fort simple. Il s'agit de savoir si l'on permettra aux détaillants d'exploiter leurs commerces le plus efficacement possible afin de faire profiter le consommateur des avantages découlant de cette efficacité en diminuant les prix, ou, si l'on maintiendra les prix élevés afin de rendre le commerce du détaillant et du fabricant plus profitable en éliminant les prix de concurrence qui tendent à maintenir à un bas point le niveau des prix. En d'autres termes, sommes-nous des tenants du principe de la concurrence, ou devrions-nous plutôt la supprimer afin de permettre aux distributeurs incompétents de rester en affaires? Il serait dans l'intérêt du consommateur de laisser la concurrence jouer librement. Cette méthode contribue à la réduction des prix, à l'accroissement des ventes, à l'expansion du marché, et à l'augmentation de la production et de la consommation. En entravant la concurrence on protège une partie du régime économique au détriment du consommateur, ce qui à la longue n'est pas dans l'intérêt du

Canada. De fait, la fixation des prix équivaut à verser une prime aux exploitants incompétents, tant détaillants que producteurs, au préjudice du public consommateur. Nous sommes d'avis que, dans le cas présent, les avantages qu'en retirent le commerce de distribution et les fabricants sont loin de compenser l'augmentation du prix exigé du consommateur.

Le rôle de la fabrication et de la distribution consiste à satisfaire les besoins du consommateur. Il devrait être loisible au consommateur de choisir entre une grande variété d'articles produits par les fabricants et de services fournis par les détaillants. On devrait permettre au consommateur de choisir librement c'est-à-dire d'acheter soit au magasin de spécialités à prix élevé, soit au magasin ultra moderne, soit au grand magasin avec son immense variété d'articles, soit au petit magasin au service personnel, soit au magasin du coin, soit au magasin situé dans le quartier commerçant. Comme les frais d'exploitation de tous ces établissements diffèrent, on devrait leur permettre de fixer les prix de leurs marchandises en fonction de ces frais. C'est le client qui, à la longue, amènera un certain équilibre entre les prix exigés dans les divers magasins, en achetant ici plutôt que là. C'est au client qu'il appartient de décider en la matière. Sous le régime de la fixation du prix de revente, c'est le fabricant qui détermine le prix à la consommation et qui, en fait, dit aux consommateurs: "Achetez où vous voulez mais le prix est partout le même".

Obliger tous les détaillants à vendre un article le même prix, sans tenir compte de leurs frais d'exploitation, c'est presque la même chose qu'obliger les fabricants de réfrigérateurs, par exemple, à vendre tous leurs modèles au même prix, celui du réfrigérateur de luxe; il serait injuste de demander au consommateur de payer le même montant pour le modèle réduit à l'essentiel, le modèle ordinaire ou le modèle de luxe. Il est non moins injuste de forcer le consommateur à payer le même prix les services du détaillant, qu'il s'agisse d'un magasin où l'on se sert soi-même, d'un magasin qui offre un service ordinaire, ou un magasin qui assure des services spéciaux, dits de luxe.

Le régime sous lequel le consommateur retire le plus d'avantages et bénéficie des prix les moins élevés, c'est celui qui permet aux détaillants de se disputer librement la faveur du consommateur, qui a alors toute latitude pour acheter là où il veut, selon ses besoins.

Pour conclure, rappelons que le plus grave effet de la fixation du prix de revente est d'empêcher sur la place de la distribution, le jeu essentiel d'éléments ordinaires de la concurrence, de sorte que les prix de détail ne peuvent s'établir au niveau où ils se fixeraient librement en régime de véritable concurrence.

Nous croyons fermement que le client qui achète comptant devrait payer moins cher que celui qui achète à crédit et bénéficie d'un délai d'un an et demi pour acquitter le prix d'achat. Parce qu'elle donne lieu à des majorations par trop élevés, la fixation du prix de revente de certains articles permet aux vendeurs à crédit de s'assurer des bénéfices suffisants, même s'ils accordent à l'acheteur un délai d'un an et demi. Dans le cas de ventes au comptant, la méthode même interdit cependant au marchand de réduire le prix imposé, même s'il peut encore réaliser des bénéfices satisfaisants en vendant à un prix moins élevé.

Pour les motifs que nous avons énoncés, notre compagnie s'oppose à la fixation des prix par les fabricants et les fournisseurs, car nous sommes d'avis que le consommateur doit pouvoir acheter ce dont il a besoin au prix le moins élevé possible, compte tenu des services que lui assure le détaillant chez qui il veut acheter. La fixation des prix ne favorise pas le progrès du commerce de détail: elle retarde,—lorsqu'elle n'arrête pas,—l'amélioration des méthodes de vente au détail, l'adoption de techniques nouvelles, la réduction des marges de bénéfice et, par le fait même, la réduction des prix exigés du consommateur.

Nous adjoignons à notre mémoire une liste d'environ 500 articles offerts en vente dans notre magasin de Toronto (une partie seulement de l'ensemble de notre entreprise) et achetés d'un grand nombre de fabricants, chacun nous imposant le prix auquel nous devons vendre ses produits. Nul doute que ces fabricants agissent de même à l'égard d'autres détaillants.

LISTE DE CERTAINS PRODUITS ANNONCÉS PARTOUT AU PAYS ET DONT LE PRIX DE DÉTAIL EST IMPOSÉ PAR LE DISTRIBUTEUR

Gants d'homme
Gants de femme
Gants d'enfant
Bas
Parapluies
Mouchoirs pour hommes
Bouteilles isolantes
Livres
Stylos pour femmes
Stylos pour hommes
Porte-mine
Ensemble de stylo et de porte-mine
Garnitures de bureau
Cartes à jouer
Crayons pour artistes
Cartes de souhaits
Encre
Machines à écrire
Papier d'emballage
Cachets et étiquettes mobiles
Livres de formules
Boîtes de papier à lettre
Crayons à gaine de bois
Serviettes
Serviettes de papier
Autocopistes
Coussins pour fauteuil
Stylos à bille
Nécessaires pour écrire
Mine, gommes à effacer
Cosmétiques, maquillage, etc.
Eaux de Cologne
Parfums
Poudre pour le bain
Feuillets démaquillants
Vernis à ongles, dissolvants, etc.
Nécessaires de manucure
Houpettes
Poudriers, boîtes à pastilles, etc.
Peignes
Brosses de toutes sortes
Shampooings
Teintures et rinçages pour cheveux
Permanentes chez soi
Brillantines et fixatifs pour cheveux
Huiles, crèmes et autres préparations pour bébés
Poudre de talc
Préparations pour les mains
Préparations pour les pieds
Pâtes et poudres dentifrices
Brosses à dents
Collutoires
Dépilatoires
Désodorisants
Préparations pour brunir
Brosses pour le bain
Blaireaux
Bonnets de bain
Remèdes brevetés
Spécialités pharmaceutiques
Insecticides
Trousses de premiers soins
Baromètres
Thermomètres
Matériel chirurgical
Bandages
Ceintures abdominales
Siphons à eau de seltz
Bas élastiques
Lampes solaires
Lampes à rayons infra-rouges
Pèse-personnes de salle de bain
Produits pour l'hygiène personnelle féminine
Gants de caoutchouc
Thermoplasmes électriques
Couvertures électriques
Accessoires de chambre d'enfants
Désodorisants
Lunettes contre le soleil
Bouillottes
Savons de toutes sortes, naturels et synthétiques
Nettoyeurs
Papier hygiénique
Caméras pour instantanés
Caméras cinématographiques
Films
Agrandisseurs
Produits chimiques et équipement pour développer et imprimer
Tablettes de chocolat
Gomme à mâcher
Chocolat en boîtes
Vaisselle plate argentée
Vaisselle plate d'argent massif
Nécessaires de toilette d'argent massif
Horloges électriques de cuisine
Horloges électriques pour bureau
Réveils électriques
Pendule de cheminée, à ressort
Réveils, à ressort
Pendules de cheminée, à carillon
Rasoirs électriques
Montres
Briquets
Cirage à chaussures
Pinces à cheveux
Décalcomanie
Filets pour cheveux
Épaulettes
Bigoudis
Fil de coton pour couture
Gaines de caoutchouc
Élastiques
Épingles à cheveux
Voiturettes
Autos à pédale
Voitures de bébés
Jeux de construction

Jouets roulants (métalliques)
Briques de caoutchouc pour jeux de construction
Trains électriques
Cravates pour hommes
Bretelles pour hommes
Ceintures pour hommes
Jarretières pour hommes
Bijouterie pour hommes
Mouchoirs pour hommes
Cols
Cols pour hommes
Chemises pour hommes
Pyjamas pour hommes
Sous-vêtements pour hommes
Culottes de bain pour hommes
Culottes d'athlétisme pour hommes
Bas et chaussettes pour hommes
Coupe-vent pour hommes
Chapeaux pour hommes
Casquettes pour hommes
Chandails pour hommes
Cravates pour jeunes garçons
Chemises pour jeunes garçons
Sous-vêtements pour jeunes garçons
Chandails pour jeunes garçons
Salopettes pour jeunes garçons
Paletots (velours) pour jeunes garçons
Pantalons pour jeunes garçons
Coton et laine "Vyella"
Rayonne "Tootal"
Patrons
Couvertures électriques
Chaussures d'homme
Chaussures de femme
Chaussures d'enfant
Articles de verre allant au four
Figurines de porcelaine
Porcelaine "Wedgewood"
Colles
Soudure liquide
Ciments domestiques
Résines plastiques
Produits pour enlever le papier tenture
Colle en poudre se délayant dans l'eau froide
Bois plastique
Dissolvants
Poignées de porte
Boutons de porte
Charnières
Fermetures d'armoire
Abrasifs
Tracteurs avec sièges
Motoculteurs
Pompes à puisard
Arroseurs
Lances d'arrosage
Taille-haies
Bétonnières
Pompes électriques
Ratissoires de pelouse
Dévidoirs pour boyaux
Épandeurs à engrais
Brouettes
Mastic se délayant dans l'eau
Plâtre à reboucher
Ciment à reboucher
Mastic de fermeture
Tuiles de matière plastique
Carreaux de plastique (ornementé)
Bourrelet de calfeutrage
Moulure de métal
"Arborite"
Châssis faits sur mesure
Sel gemme
Dessicateurs d'air
"Twist-ems"
Moteurs à essence
Moteurs électriques (¼ C.-V.) 25 et 60 cycles
Moteurs électriques (⅓ C.-V.) 25 et 60 cycles
Moteurs électriques (½ C.-V.) 25 et 60 cycles
Moteurs électriques (¾ C.-V.) 25 et 60 cycles
Moteurs électriques (1 C.-V.) 25 et 60 cycles
Dégauchisseuses
Scies circulaires
Scies sauteuses
Perceuses montées sur colonne
Tours
Ponceuses
Toupies
Perceuses électriques
Porte-polisseuse
Scies "Multi-Plex"
Poulies
Courroies
Tours à métaux
Scies électriques portatives
Lames de scie
Jeux de lames rotatives pour rainurer
Meules
Porte-outils de toupies
Couteaux à moulures
Mandrins
Montants d'établi
Meuleuses électriques portatives
Bases pour machines (acier ou fonte)
Bédanes et mèches à mortaise
Accessoires à mortaiser
Emporte-pièces
Arbres
Couteaux à toupies
Lames de scies à découper
Lames de scie à ruban
Patrons
Bases pour machines
Outils pour tours à bois ou à métaux
Pointes entraîneuses
Centres à cuvette
Centres à vis
Arbres à diverses fins
Plateaux de tour
Mandrins
Étaux de machines
Arbres flexibles
Outils de précision
Bains-marie en aluminium
Casserolles à couvercles, en aluminium
Casseroles en aluminium, sans couvercle
Passoires en aluminium
Percolateurs à café, en aluminium
Marmites à couvercle, en aluminium
Marmites à conserves, en aluminium
Plateaux d'aluminium
Rôtissoires en aluminium
Moules à pudding, en aluminium
Poêles à frire en aluminium
Moules à gâteau, en aluminium
Assiettes à tarte, en aluminium
Marmites à pommes de terre, en aluminium
Cafetières-filtre en aluminium
Plats à rôtir, à four, en aluminium
Autoclaves, en aluminium

Bassines à vaisselle, en aluminium
Tôles à biscuit, en aluminium
Poche-œufs, en aluminium
Cloches à muffins, en aluminium
Tôles à cuire en aluminium
Cafetières-filtre en aluminium
Théières d'aluminium
Fers à repasser à essence
Ustensiles tout en "pyrex"
Bouteilles isolantes pour pique-niques
Casseroles d'acier inoxydable
Bains-marie d'acier inoxydable
Rôtissoires en acier inoxydable
Bouilloires en acier inoxydable
Théières en acier inoxydable
Percolateurs à café, en acier inoxydable
Passoires en acier inoxydable
Autoclaves en acier inoxydable
Cafetières-filtre en acier inoxydable
Théières chromées
Bouilloires chromées, à sifflet
Boîtes à pain, en tôle laquée
Boîtes à biscuits, en tôle laquée
Poubelles "Sani-Boy", en tôle laquée
Poubelles à pédale, en tôle laquée
Accessoires de cuisine, en tôle laquée
Porte-poussière, en tôle laquée
Corbeilles à papier, en tôle laquée
Boîtes en tôle laquée pour nettoyeurs
Boîtes à pain, tout en plastique
Séries de boîtes tout en plastique
Égouttoirs à vaisselle, en caoutchouc
Tapis pour fond d'évier
Plateaux pour égouttoir
Plateaux pour fourneaux de cuisine
Égouttoirs à vaisselle
"Kushions" pour tablettes
Paniers
Vadrouilles
Balais
Brosses
Encaustiques
Cires
Cordes à linge "Kordite"
Épingles à linge "Kordite"
Cordes à linge, en aluminium
Cordes à linge, métal anodisé
Tables et tabourets
Poulies pour cordes à linge
Planches à repasser, en métal
Molleton et couvre-planche
Porte-paquets
Séchoir à linge, tournant
Pèse-personnes de salle de bain
Broyeurs à glace
Seau isolant à glace
Plateaux à cubes de glace
Pèle-oranges
Ouvre-boîtes
Batteur à œufs
Accessoires de cuisine
Thermomètres pour cuisson
Couteaux à peler les pommes de terre
Nettoyeurs pour chaudrons
Mousse d'acier
Compte-minutes "Presto"
Bouteilles isolantes
Boîtes à lunch
Plaques pour parquet
Désodorisant "Air-Wick"
Graines pour oiseaux

Cuisinières électriques
Cuisinières au gaz
Calorifères
Calorifères à l'huile
Poêles
Lessiveuses
Calandres
Séchoirs
Matériel de plomberie
Armoires assorties pour cuisines
Radios
Phonographes
Disques
Musique en feuille
Instruments de musique
Bicyclettes de garçon
Bicyclettes de fille
Bicyclettes d'enfant
Balles de golf
Aliments pour chiens
Cannes à pêche
Moulinets à pêche
Lignes
Fusils
Cannes de golf
Patins
Bottines à patins
Moteurs hord-bord
Embarcations
Patins à roulettes
Brosses pour laver les automobiles
Cire pour automobiles
Lampes de poche
Peinture
Polis pour automobiles
Nettoyeurs pour automobiles
Souliers pour le basketball
Balles de tennis
Chapeaux de femme
Chapeaux de jeune fille
Chapeaux d'adolescente
Culottes
Camisoles
Jupons
Combinaisons-jupons
Robes de nuit
Pyjamas
Liseuses
Corsets
Corselettes
Gaines
Gaines-culottes
Soutien-gorge
Ceintures-jarretelles
Serviettes hygiéniques
Chaussures pour bébés
Poudre pour bébés
Huile pour bébés
Savons pour bébés
Couches
Doublures de couches
Tétines
Biberons
Bâtonnets avec ouate "Q-Tips"
Chauffe-biberons
Maillots de bains pour bébés
Dormeuses
Robes pour fillettes
Maillots de bain pour fillettes
Shorts pour fillettes
Piles

Laine
Manuels de tricot
Coton à crocheter
Filosèle
Robes pour femmes
Robes pour jeunes filles
Imperméables
Manteaux
Ensembles
Chandails
Maillots de bain
Shorts
Ensembles de soutien-gorge et de shorts
Chemises
Ensembles de ski
Pantalons de ski
Réfrigérateurs électriques
Congélateurs
Humidificateurs
Aspirateurs électriques
Polisseuses électriques pour planchers
Balayeuses automatiques
Accessoires
Pianos
Ameublements de salle à manger, en érable
Ameublement de chambre, en érable
Meubles de fantaisie, en érable
Ameublements capitonnés
Foyers électriques
Mobiliers de bureau, en métal chromé
Mobiliers capitonnés, cadres en rotin
Tables de fantaisie
Matelas de feutre de coton, à ressorts
Sommiers à ressorts
Sommiers à lames métalliques
Oreillers
Matelas pour lits d'enfant
Papiers tenture
Matériel pour couvrir les murs
Planche murale "Masonite"
"Sheetrock"
Moulures de métal
Tuiles pour les murs, en métal et en plastique
Portes "Modernfold"
Peintures pour maison
Émaux
Vernis
Peintures et finis spéciaux
Encaustiques
Polis
Nettoyeurs
Gravures
Ampoules
Assiettes pour bébés
Accumulateurs
Rôtissoires
Percolateurs à café
Cafetières en verre
Réchauds à café
Moulins à café
Samovars
Sonneries-carillons électriques
Sonneries-carillons mécaniques
Cuiseurs à œufs
Ensembles pour cuire les œufs
Éléments
Ventilateurs
Lampes de poche
Réchauds
"Handi-Chefs"
Thermoplasmes
Sèche-cheveux
Taille-haies
Radiateurs
Radiateurs à ventilateur
Fers
Supports pour fers
Bouilloires
Appareils à liquéfier
Mélangeurs
Fours
Autoclaves
Petits fourneaux de cuisine
Grille-sandwiches
Tôles (électriques)
Réchauds, modèles de table
Grille-pain
Théière de verre
Transformateurs
Vibrateurs
Gaufriers
Lampes
Abat-jour

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session

Vingt et unième législature

1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE

DE LA

LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints :

L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule N° 13

SÉANCE DU MERCREDI 5 DÉCEMBRE 1951

TÉMOINS :

M. R. F. Wilson, C.R., et M. Norman J. Leach, respectivement avocat-conseil et directeur général de l'Association des bijoutiers canadiens

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE SA TRÈS EXCELLENTE MAJESTÉ LA REINE
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1951

PROCÈS-VERBAL

LE 5 DÉCEMBRE 1951

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 3 h. 30 de l'après-midi. Les présidents conjoints, l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, sont présents; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents:

Représentants du Sénat: les Honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Fogo, Golding, Horner, Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes: MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher.

Également présents: M. Thomas N. Phelan, C.R., et M. Guy Favreau, avocats-conseils du comité, M. R. F. Wilson, C.R., et M. Norman J. Leach, respectivement avocat-conseil et directeur général de l'Association des bijoutiers canadiens.

Le président qui occupe le fauteuil présente le cinquième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, ainsi rédigé:

Votre sous-comité du programme et de la procédure s'est réuni cet après-midi. Il a été décidé de proposer:

1. Que soient imprimés sous forme d'appendices aux procès-verbaux et aux témoignages du Comité les mémoires déposés par les groupements suivants: Bulova Watch Company Limited; Retail Merchants Association of Saskatchewan; Association canadienne des consommateurs (six succursales provinciales).

2. Qu'à la réunion du vendredi 7 décembre, le premier article de l'ordre du jour soit l'étude de l'avis de motion de M. Croll au sujet de l'article dit sacrifié; que le temps de parole de chaque membre du comité soit limité à cinq minutes; que la réunion soit ouverte au public pendant la durée de ce débat et qu'ensuite le Comité adopte la procédure normalement suivie pour l'étude de rapports devant être présentés à la Chambre.

M. Croll propose l'adoption du cinquième rapport du sous-comité du programme et de la procédure.

M. Fulton propose alors, comme amendement à la motion, que M. le juge MacQuarrie, M. M. A. Robinson, de la T. Eaton Company, et M. J. R. Thompson soient convoqués pour être interrogés.

Après débat, ledit amendement, mis aux voix, est rejeté.

Ont voté pour: L'honorable sénateur Aseltine, MM. Beaudry, Blair, Mme Fairclough, MM. Fulton, Hees, Murray (*Oxford*), Thatcher. — 8.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill, Fogo, Golding, Vaillancourt, MM. Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Garson, Harrison, Jutras, MacInnis, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*). — 19.

M. Beaudry propose, comme amendement à la motion de M. Croll, que M. F. A. McGregor soit rappelé pour être de nouveau interrogé.

Après débat, ledit amendement, mis aux voix, est rejeté.

Ont voté pour: L'honorable sénateur Aseltine, MM. Beaudry, Blair, Carroll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fulton, Hees, MacInnis, Murray (*Oxford*), Thatcher. — 11.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill, Fogo, Golding, Vaillancourt, MM. Boucher, Carter Cauchon, Croll, Garson Harrison, Jutras, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*). — 16.

M. Thatcher propose, comme amendement à la motion de M. Croll, que, vendredi et jusqu'à la fin de la session, le Comité poursuive ses réunions publiques, qu'il ne présente au Parlement qu'un rapport intérimaire, et qu'il préconise qu'on le forme de nouveau, au début de la session de 1952, afin de lui permettre de poursuivre son étude.

Ledit amendement, mis aux voix, est rejeté.

La motion de M. Croll, mise aux voix, est adoptée.

M. Beaudry propose l'adoption de la motion suivante:

Le Comité, ne pouvant examiner les témoignages qui ont pu être présentés au comité MacQuarrie,

Après avoir entendu bon nombre de témoins favorables ou opposés à la fixation du prix de revente, témoins qui représentent une très forte proportion des citoyens du pays, et tenant compte de ce que le temps empêche certains membres du Comité d'obtenir des témoins les renseignements souhaités, conclut que la nature des témoignages oraux ou écrits qu'on lui a présentés ne lui permet pas d'étudier la question convenablement;

Et, faisant rapport à la Chambre, le Comité déclare qu'il ne possède pas de données suffisantes pour approuver ou rejeter le rapport intérimaire présenté par le comité MacQuarrie.

Après débat, ladite motion, mise aux voix, est rejetée.

Ont voté pour: L'honorable sénateur Aseltine, MM. Beaudry, Blair, Mme Fairclough, MM. Fulton, Hees, Murray (*Oxford*), Thatcher. — 8.

Ont voté contre: Les honorables sénateurs Beaubien, Burchill, Fogo, Golding, Vaillancourt, MM. Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Garson, Harrison, Jutras, MacInnis, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*). — 19.

M. Wilson est appelé et interrogé.

M. Leach est appelé. Il dépose le mémoire présenté par l'Association des bijoutiers canadiens et constituant l'Appendice A des procès-verbaux et témoignages d'aujourd'hui. On l'entend et on l'interroge sur ce mémoire.

Les témoins se retirent.

Conformément à l'avis exprimé dans le quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, adopté le 30 novembre, on publie en appendice aux procès-verbaux et témoignages de ce jour, les documents suivants:

Appendice B: Mémoire soumis par l'Association des marchands détaillants du Canada.

Appendice C: Mémoire soumis par The Co-operative Union of Canada et Le Conseil canadien de la Coopération.

Appendice D: Mémoire soumis par Interprovincial Co-operatives Limited.

A 5 h. 50 du soir, le Comité s'ajourne, pour se réunir de nouveau le jeudi 6 décembre, à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

LE 4 DÉCEMBRE 1951.
3 h. 30 de l'après-midi.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, à l'ordre, je vous prie. Nous allons tout d'abord examiner le rapport de notre sous-comité du programme et de la procédure qui vient de lever séance.

(Voir les Procès-verbaux.)

M. BEAUDRY: Monsieur le Président, je voudrais m'expliquer sur un fait personnel; c'est sans doute la dernière fois que j'aurai quelque chose à dire. Hier, j'ai soulevé une question de privilège afin d'établir mon droit de poser des questions au témoin, M. McGregor; le président a décrété hier que c'est le sous-comité du programme et de la procédure et le comité plénier qui devront se prononcer sur le rappel des témoins. Il a déclaré en outre qu'il n'outrepassait aucunement les limites de ses fonctions de président d'un comité, en empêchant l'un des membres de poser des questions. J'ai signalé que, dans la troisième édition de Beauchesne, on trouve ces phrases qui ne prêtent point à équivoque:

578: Au cours des délibérations d'un comité plénier de la Chambre, tout membre peut adresser des questions directes au témoin; et

547: En règle générale, les délibérations d'un comité spécial, comme celles d'un comité permanent, sont modelées sur les délibérations d'un comité plénier de la Chambre.

Le Président répliqua qu'il pouvait appuyer sur une autorité le bien-fondé de l'affirmation selon laquelle il peut prévenir un membre de poser des questions. Etant donné que la question de privilège que j'ai soulevée et la suite de ma thèse repose en partie sur la possibilité qu'a le Président d'établir la preuve de son affirmation et de citer ses sources, je propose maintenant, avec tout le respect désirable, qu'il veuille bien nous indiquer à quels textes il s'est reporté et qu'il cite le passage sur lequel il appuie sa thèse. Je suis convaincu que Beauchesne ne contient rien de ce genre.

Le PRÉSIDENT: Je m'abstiendrai de commenter la déclaration de M. Beaudry faisant suite à mon affirmation d'hier, selon laquelle le comité tient son propre sort entre ses mains. Un membre du sous-comité du programme et de la procédure a proposé une motion, demandant le rappel de M. Fred McGregor; cette motion a été repoussée; mais tous ceux qui sont présents ont le droit de proposer une autre motion visant à son rappel.

M. BEAUDRY: Qu'on me permette d'en revenir à ma question de privilège. J'ai demandé au Président de bien vouloir citer les autorités qui lui accorderaient le droit d'empêcher un membre de poser des questions réitérées.

Le PRÉSIDENT: M. Burgess va retrouver les passages voulus; les membres n'ont pas oublié sans doute que nous avons adopté la règle des interrogatoires de dix minutes, alors que M. Beaudry a interrogé M. McGregor pendant vingt-cinq minutes.

M. BEAUDRY: Mais à tout prendre la citation nous a été promise hier soir.

Le PRÉSIDENT: Le secrétaire va trouver la citation. Il l'avait hier et il m'a lu l'extrait relatif aux membres posant des questions réitérées.

M. BEAUDRY: Comment, juste ciel, puis-je poser des questions réitérées puisque je n'ai jusqu'à présent posé aucune question? La question de privilège que j'ai soulevée tient à ce que je n'ai pas eu l'occasion de poser au témoin une seule question depuis que l'on nous a communiqué son mémoire écrit; le président ne peut assurément me reprocher de me répéter, puisque jusqu'à présent je n'ai pas encore posé une seule question sur laquelle il pût fonder sa décision. Même alors, le président éprouverait sans doute quelque difficulté à documenter ses décisions,

car on ne nous a pas encore remis le compte rendu imprimé; par ailleurs, le président a déjà décrété par deux fois (pages 405 et 407 de la version anglaise) que le sténographe ne peut relire les passages du compte rendu ayant trait aux questions posées.

Si on décide de mettre aux voix, au comité général, la décision du sous-comité du programme et de la procédure, je me permettrai de signaler qu'on demande aux membres de se prononcer sur un principe qui constitue le premier privilège, le privilège le plus essentiel du Parlement et des citoyens... Je songe ici aux commentaires 210, 211 et 212.

Si la décision du comité me déniait le droit d'interroger le témoin, le sens de mes obligations à l'égard de mes commettants (comme l'indique le commentaire 210) me pousserait à saisir l'Orateur de la Chambre de la question de mes privilèges.

En outre, les procès-verbaux de nos réunions devraient indiquer avec toute la clarté désirable qu'il y a une semaine le président et mes collègues m'avaient appuyé, lorsque j'avais réclamé le droit d'interroger le témoin après avoir étudié son mémoire. Après que le témoin eût donné un exposé oral de son mémoire, le président avait écarté toutes les objections d'une façon fort sommaire, contrevenant en cela à notre décision permanente consignée à la page 6 des procès-verbaux (version anglaise), bien que nul vote du comité n'autorise une semblable déviation de la procédure normale, cet organisme a permis au président d'en user ainsi afin de hâter les choses (page 388). Je renvoie à la page 394 du compte rendu, où l'on peut voir que M. Fulton avait soulevé la question.

Une fois l'exposé terminé, (il a duré bien plus d'une heure), le président demanda à M. Hees d'interroger le témoin; M. Hees ayant décliné cette invitation (p. 401) ce fut au tour de M. Croll qui dit n'avoir aucune question à poser, puis de M. MacInnis qui affirma n'avoir rien à demander, puis de M. Shaw qui, lui non plus, n'avait aucune question à adresser au témoin; enfin, ce fut mon tour.

Le président ayant décrété que la première série de questions serait soumise à la règle des 10 minutes, je refusai à mon tour; sur quoi, le président dit qu'à cet égard il se soumettait au bon plaisir du comité. M. Croll et le président proposèrent qu'on m'accorde alors le temps que je voudrais. J'ai pensé, comme tous les membres du Comité, sans doute, que cette proposition visait à épargner du temps peut-être, étant donné que personne ne désirait poser de questions avant de lire le mémoire qu'on nous distribuait tout juste à ce moment-là.

M. Thatcher proposa la levée de la séance, afin que nous puissions étudier le mémoire, mais sa motion fut repoussée. C'est alors que je commençai l'interrogation du témoin, sans avoir pris connaissance du mémoire, dans le dessein d'accélérer si possible le travail du Comité. Il était bien entendu toutefois pour le président, M. Croll (et j'en suis convaincu, le Comité tout entier) qu'on m'accorderait, pour reprendre les termes mêmes dont le président s'était servi, "tout le temps que je voudrais".

Quelques instants plus tard, on nous convoque à la Chambre pour une mise aux voix; je repris ensuite mes questions sans pouvoir vérifier cependant dans quel sens j'avais conduit mon interrogatoire improvisé près d'une heure plus tôt.

A ma profonde stupéfaction, le président m'interrompit quelques minutes plus tard, pour permettre au témoin d'être interrogé par M. Croll qui avait déclaré précédemment n'avoir rien à lui demander. Depuis, j'ai lu le mémoire, mais on m'empêche d'interroger le témoin, bien que M. Croll, qui avait tout d'abord décliné

l'offre qui lui en avait été faite, l'ait déjà interrogé à deux reprises, que M. Hees, qui lui aussi avait repoussé la première occasion, l'ait depuis interrogé au moins une fois, bien que M. Shaw dont le cas est en tous points semblable ait eu le même avantage.

La décision prise hier soir par le président me place dans une situation des plus étranges. Tous les membres du Comité qui me précédaient sur la première liste et qui n'usèrent pas de leur privilège afin d'étudier auparavant le mémoire (ou qui ne firent pas connaître les raisons de leur refus) ont interrogé le témoin, dans certains cas à deux reprises. Mais moi, qui fait partie du même Comité, je n'ai pas le droit de poser une seule question depuis que j'ai parcouru le mémoire — et cela en dépit de la règle adoptée dès la première séance du Comité; cette règle (que ni une mise aux voix, ni un consentement unanime ne sont venus modifier) décrète qu'un témoin ne peut être entendu et interrogé avant que les membres du Comité aient eu en main le mémoire qu'il présente.

Je demande avec insistance qu'on me permette d'exercer mon droit essentiel à la libre parole, me fondant ici sur les Règlements de la Chambre et sur les faits.

Le PRÉSIDENT: Pour résumer la question, je me bornerai à dire que vous avez interrogé M. McGregor pendant 25 minutes. Un coup d'œil sur le compte rendu vous permettra de constater que vous lui avez posé la même question à trois reprises. Il n'a pu saisir le sens de votre question, ni moi non plus d'ailleurs, et je ne crois pas qu'elle ait été comprise d'aucun des membres du Comité. Ceux qui ont siégé ici au cours de ces dernières années sont ravis de constater la sollicitude dont vous faites preuve à l'égard de vos commettants. Quant à M. McGregor, il a comparu ici à un titre différent de celui de tous les autres.

M. BEAUDRY: C'est ce que je vois.

Le PRÉSIDENT: C'est à la suite d'un vote du Comité que M. McGregor a été invité à comparaître devant nous; il s'agit dans son cas d'une invitation.

M. BEAUDRY: Où est consigné le vote?

Le PRÉSIDENT: Nous n'avons pas usé de notre droit et nous ne l'avons pas assigné à comparaître sous peine d'amende; M. McGregor a plutôt accepté de se rendre à notre invitation.

M. BEAUDRY: Je pose une objection. Je voudrais que le président prouve que c'est à la suite d'un vote qu'on a invité M. McGregor à comparaître devant le Comité.

M. CROLL: Le sous-comité du programme et de la procédure s'est prononcé là-dessus et le comité principal a entériné la décision.

M. THATCHER: Je pose une objection, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Pour ce qui en est de la convocation de M. McGregor, voici les faits: un membre du sous-comité du programme et de la procédure a tout d'abord soulevé la question. Le sous-comité s'est prononcé par une mise aux voix, puis, le Comité a entériné le rapport du sous-comité. L'une des dispositions du rapport visait à inviter M. McGregor à comparaître. Voici ce qu'on peut lire à cet égard à la page 345 (version anglaise) du procès-verbal de la séance du mardi 27 novembre, au fascicule no 7:

"Sur la motion de M. Croll, le quatrième vœu du sous-comité est adopté."

M. BEAUDRY: Voudriez-vous nous lire ce passage du rapport, monsieur le président; vous avez interprété certaines choses d'une façon singulière, et notamment mon absence de la Chambre, l'an dernier, sur laquelle je reviendrai plus tard.

Le PRÉSIDENT: Je vais lire le vœu No 4:

Que, nonobstant toute décision antérieure sur les heures de séances, le Comité se réunisse le mercredi 28 novembre à 3h. 30 de l'après-midi et qu'on convoque pour cette date M. F. A. McGregor, ex-commissaire sous le régime de la loi des enquêtes sur les coalitions.

M. BEAUDRY: Je puis lire ce passage avec mes propres yeux; il veut dire qu'à cette date nous avons modifié nos heures de séances, afin d'entendre M. McGregor.

M. THATCHER: Ne vous semble-t-il pas que ce débat aboutisse à établir clairement ceci: il est évident que nous nous efforçons d'étudier ce problème avec une hâte intempestive. Mes dossiers contiennent, à l'heure actuelle, près de 40 mémoires qu'on nous a soumis ici et dont on refuse d'entendre les auteurs. Hier, une dame nous a dit qu'elle parlait au nom de 20,000 détaillants environ mais elle n'a pu se faire entendre. M. Beaudry se plaint de n'avoir pu questionner M. McGregor comme il l'aurait désiré. A moi aussi, on a accordé 10 minutes mais j'aurais bien voulu avoir plus de temps. Ces faits ne montrent-ils pas encore combien il serait insensé de vouloir expédier l'examen de la mesure au cours des quelques jours qui suivront? Il serait certes raisonnable d'attendre jusqu'à la prochaine session, afin d'accorder au problème toute l'attention qu'il mérite. C'est pourquoi j'appuie la demande de M. Beaudry.

Le PRÉSIDENT: Le Comité est saisi d'une motion portant adoption du rapport du sous-comité du programme et de la procédure.

M. FULTON: Je désire proposer un amendement. Le point que je veux soulever est sensiblement le même que M. Beaudry a soulvé lorsqu'il s'est expliqué sur un fait personnel. Je ne critique personne mais j'estime qu'il convient d'aborder la question au moyen d'un amendement au rapport du sous-comité du programme et de la procédure. Lors d'une séance du sous-comité, j'ai demandé le rappel de M. McGregor.

M. CROLL: Proposez votre amendement.

M. FULTON: Je le proposerai au moment que je jugerai opportun.

Le PRÉSIDENT: Le comité est saisi d'une motion et c'est à propos de cette motion que M. Fulton a la parole.

M. FULTON: J'ai dit que j'allais proposer un amendement. J'ai le droit de parler à propos de la motion; quand j'aurai dit ce que j'ai à dire, je proposerai l'amendement.

Le PRÉSIDENT: Vous avez tout à fait raison, M. Fulton. Continuez.

M. FULTON: Si j'ai demandé ici qu'on rappelle M. McGregor, c'est, entre autres, pour la raison suivante: je sais qu'il y en a plus d'un ici qui estiment peu satisfaisant l'interrogatoire qu'on a fait subir à M. McGregor; il faut considérer certains points contenus dans le mémoire de M. McGregor, et d'autres que soulève son nouvel exposé; je me permets de signaler que nul autre témoin n'a joui de tous les avantages qu'on a accordés à M. McGregor lorsqu'il a formulé son nouvel exposé.

Le PRÉSIDENT: M. Preston et M. Harris ont tous deux fait de même.

M. FULTON: J'ai dis que nul autre témoin n'a joui d'avantages plus étendus. Il aurait été parfaitement inutile pour M. Beaudry de soulever la question de privilège si, comme M. Thatcher vient de le dire, nous ne faisions pas preuve d'une hâte intempestive. D'autre part, on a parlé de la comparution devant nous, hier matin si je ne me trompe, de Mlle Hyndman, parlant au nom de M. Thomson, vice-président de l'Association des détaillants canadiens. Je voudrais que le Comité se demande sérieusement si, en refusant d'entendre d'autres témoins après la séance

d'aujourd'hui, il ne se montre pas injuste pour lui-même et une grande partie de la collectivité canadienne? On m'a fait parvenir la copie d'une dépêche qui vous a été adressée par Mlle Hyndman: en voici le texte:

> Hier matin, vous avez refusé d'entendre les observations de M. J. R. Thomson, St. Catharines, vice-président de l'Association des détaillants canadiens; vous avez refusé de prêter l'oreille aux raisons que j'avais de vous demander de lui permettre de formuler ses observations au nom de son groupement; vous avez assis votre décision sur le fait que l'Association des détaillants est affiliée à la Fédération canadienne des détaillants dont vous aviez entendu les délégués. J'apprends qu'aujourd'hui vous entendez le témoignage de représentants de la Ontario Retail Hardware Association et de la National Jewellers Association, toutes deux affiliées à la Fédération canadienne des détaillant. M. Thomson, épicier de son métier, représente un groupement de 40 ans plus ancien que la Fédération des détaillants et qui comprend principalement des petits boutiquiers indépendants dont l'expérience, les intérêts et les services diffèrent de ceux de Eaton et d'autres magasins à succursales multiples ou maisons de vente par correspondance. M. Thomson ne cherche pas l'occasion de se lamenter sur le préjudice que la loi projetée pourrait lui infliger, ainsi qu'à d'autres petits commerçants; il veut tout simplement, que dans l'intérêt même du public, on lui permette d'établir que la mesure envisagée sera impuissante à remédier au coût élevé de la vie et à l'inflation qu'elle n'aura même aucun effet en ce sens et qu'on le laisse exposer les raisons qui prouvent que la pratique des ventes à perte représente le pire des maux économiques qui puissent se produire dans le secteur du commerce de détail; ce mal amènera fatalement les conditions qui ont nécessité l'enquête Stevens. Persistez-vous dans votre refus d'entendre les représentants de l'Association des détaillants canadiens, Mlle Hyndman?

Il y a d'autres témoins importants, d'autres personnes représentant des groupements importants qui demandent de se faire entendre devant notre comité. Mme Fairclough m'a transmis une dépêche et m'a demandé de la signaler en même temps que cette autre. Elle est signée par C. F. Fraser, directeur de l'Institute of Public Affairs de l'Université Dalhousie. La voici:

> Ci-dessous, texte du télégramme envoyé aujourd'hui à M. James Sinclair, président du comité parlementaire qui étudie la fixation des prix de revente. Stop. Suis profondément inquiet des nouvelles publiées par les journaux et d'après lesquelles votre comité se refuserait à entendre de nouveaux témoignages. Je demande instamment qu'on songe sérieusement à l'à-propos de continuer à entendre les témoignages, afin de permettre aux particuliers et aux groupes intéressés des provinces Maritimes de faire connaître leur point de vue. Votre lettre de nov. 29 me permet de croire qu'on y songera; j'espère pouvoir comparaître vers la fin décembre ou lors de la reprise de la session après les vacances de Noël.

Voici une autre dépêche en provenance de Chapleau adressée à Mme Fairclough et qu'elle m'a demandé de vous communiquer en même temps:

> Inquiet de voir mémoire d'un grand magasin agréé, sans reconnaître existence possible d'un monopole égoïste. Propose examen des majorations sur ses propres articles et articles à prix libres, comparés à majorations sur marchandises à prix fixés, visés par rapport Stevens. Mesure projetée menace de ruine centaines de petits commerçants qui sont force de notre économie. Je

crois savoir que le comité n'a pas encore entendu nombreux mémoires. Méthode anti-démocratique, néfaste pour Canada. — E. M. Yale.

Monsieur le président, ma thèse repose surtout sur la dernière phrase de la dépêche de M. E. M. Yale. Procéder comme nous faisons, mettre fin aux délibérations du Comité demain après-midi pour siéger à huis-clos, (sauf pour ce qui est d'une brève discussion sur la motion de M. Croll) c'est, à mon avis, adopter une méthode contraire aux principes démocratiques néfaste pour le Canada.

Songeons à tous ces particuliers et à tous ces groupements qui aspirent à se faire entendre ici. Sans doute, je sais bien qu'au début nous avions décidé que nous n'examinerions pas de mémoires qui feraient double-emploi; néanmoins, nous avons consenti à entendre les délégués de l'Ontario Hardware Retail Association et de la National Jewellers Association, toutes deux affiliées à la Fédération canadienne des détaillants. Si donc nous invoquons le manque de temps pour nous dispenser d'entendre M. Thomson et le groupement qu'il représente, nous nous ferons accuser d'injustice criante. C'est là une attitude qui tendra fortement à nous empêcher de prendre une décision équitable. J'admets qu'il y a certaines catégories de témoins qui ne feraient sans doute que répéter ce que nous savons déjà; mais il en est d'autres qui pourraient nous fournir des témoignages qui nous aideraient beaucoup à en arriver à une décision bien fondée; je songe tout particulièrement au juge MacQuarrie, président du comité MacQuarrie.

Je crois qu'il ne serait pas sans intérêt pour nous d'apprendre certaines choses du juge MacQuarrie; par exemple: quels sont les membres de son comité qui ont pris une part active à la rédaction du rapport; sur quelles preuves a-t-on fondé le rapport et les vœux qu'il renferme, et autres choses du même genre. Vous, monsieur le président, ainsi que le ministre de la Justice, avez beaucoup insisté sur l'importance de l'adoption du rapport MacQuarrie par le Comité. C'est pourquoi je trouve fort singulier, (c'est le moins qu'on en puisse dire), beaucoup plus que singulier qu'il s'élève la moindre protestation lorsqu'on propose de convoquer le juge MacQuarrie, de l'inviter à nous dire sur quels éléments son comité a fondé ses vœux. Un autre témoin que nous pourrions entendre est M. Robinson, qui fait partie, je crois bien, du conseil d'administration de la société T. Eaton, ou qui, du moins, y occupe un poste élevé. Cette entreprise nous a soumis un mémoire qui a semblé influencer certains des membres de notre comité et qui plaide en faveur de l'abolition de la fixation des prix de revente.

J'estime que nous devrions convoquer M. Robinson, s'il le faut sous peine d'amende, l'obliger à nous fournir les livres, les registres et les papiers qui nous permettraient de déterminer avec assez d'exactitude les marges de bénéfices de ce grand magasin, qui s'oppose si fermement aux prix fixés surtout parce qu'il réalise des profits plus considérables sur les articles à prix libres. Je voudrais que le délégué d'Eaton comparaisse devant nous et que, sur la foi du serment, il nous communique les marges de bénéfices réalisés par le magasin sur ce qu'il appelle ses propres articles de marque, comparées aux marges sur d'autres articles de marque. Je suis persuadé que nous verrions alors sans l'ombre d'un doute, ce qui pousse la société Eaton à combattre la fixation des prix de revente. Il est évident que tous les témoignages que le comité a entendus, ainsi que ceux que la commission Stevens a recueillis, montrent qu'à tous points de vue la société Eaton réalise des bénéfices bien plus importants sur les marchandises à prix libres que sur les marchandises à prix fixés qu'il offre au public. J'estime que c'est ce genre de témoignages qu'il nous faudrait recueillir avant de tirer des conclusions. Il y a d'autres témoins encore qu'il faudrait convoquer à mon avis; mais je me garderai bien de proposer

une liste complète ou définitive. Que ceux qui tiennent à rappeler M. McGregor ou tout autre témoin le disent. Il reste que ces trois-là: MM. Thomson, MacQuarrie et Robinson devraient être entendus par notre comité. En conséquence, je propose un amendement au rapport du sous-comité du programme et de la procédure, portant que le juge MacQuarrie, M. Robinson et M. J. R. Thomson seront convoqués devant le Comité pour y être interrogés.

Le PRÉSIDENT: M. Harrison?

M. HARRISON: Me permettra-t-on d'intervenir à propos d'une objection soulevée par M. Beaudry?

Le PRÉSIDENT: Il vaudrait mieux que vous vous en teniez à l'amendement.

M. HARRISON: S'il en va ainsi, je voudrais dire quelque chose mais je voudrais également m'expliquer sur un fait personnel.

Le PRÉSIDENT: Accordé.

M. HARRISON: Je suis probablement logé à la même enseigne que M. Beaudry: en effet, j'avais l'intention hier d'interroger M. McGregor; le manque de temps a mis dans le même cas d'autres membres du Comité. Je n'estime pas avoir perdu mes privilèges. A mon avis, vu le temps qui manque, le nombre des membres du Comité, il faut espérer, tout simplement, qu'il nous sera possible de poser nos questions. En fait, le Comité a obtenu de M. McGregor tous les renseignements qui lui étaient indispensables pour mener son enquête à bien.

Le PRÉSIDENT: M. Hees?

M. HEES: Monsieur le président, reprenant ce qu'a dit M. Beaudry, il est essentiel que les membres du Comité aient toute latitude de poser les questions qu'ils veulent. Je propose que nous demandions à M. McGregor d'avoir l'obligeance de comparaître de nouveau; qu'on accorde, mettons, 20 minutes à M. Beaudry et que d'autres membres aient chacun le même avantage.

Le PRÉSIDENT: Est-ce là un sous-amendement?

M. HEES: Non pas, je me borne à l'amendement.

Le PRÉSIDENT: Que proposez-vous? Avez-vous l'intention de soumettre un sous-amendement à l'amendement de M. Fulton, tendant à inviter M. McGregor à comparaître de nouveau ou à le convoquer de nouveau?

M. FULTON: Dans ce cas, monsieur le président, j'inclurai M. McGregor dans mon amendement.

M. HEES: Si vous y tenez, je puis présenter ma proposition comme étant un sous-amendement visant M. McGregor et M. MacQuarrie. Si j'ai proposé le rappel de M. McGregor, c'est que j'ai le sentiment que c'est un puits de connaissances; j'aimerais voir accorder à M. Beaudry l'avantage de l'interroger pendant une période de temps raisonnable; que cet avantage soit également donné à mon voisin de droite. En outre, comme il vous en souvient peut-être, j'ai demandé à deux reprises qu'on convoque M. MacQuarrie; c'est que j'estime que la comparution et l'interrogatoire de M. McGregor nous ont permis d'apprendre une foule de choses. Nous aurions l'occasion d'en apprendre beaucoup en posant quelques questions au juge MacQuarrie. A mon avis, ce serait un témoin extrêmement important. Car, en somme, c'est sur les propositions de son comité que se fonde la loi projetée. S'il lui était possible de prouver que le rapport est fondé sur un examen des faits, notre tâche en serait extrêmement facilitée. Quoi qu'il en soit, j'aimerais savoir sur quoi il fonde ses conclusions; c'est pourquoi j'appuie l'amendement de M. Fulton.

Le PRÉSIDENT: M. MacInnis?

M. MACINNIS: Ne pressons rien, monsieur le président: la motion est d'une grande importance. On a dit qu'il conviendrait de convoquer ici M. MacQuarrie et de lui demander de motiver les termes de son rapport. C'est une proposition extraordinaire, qui met en cause l'intégrité des intéressés.

M. FULTON: Je pose la question de privilège, monsieur le président. J'ai la parole à l'égard de la question de privilège...

M. MACINNIS: Monsieur le président, la question de privilège ne se pose pas quand il s'agit du droit d'un particulier...

M. FULTON: Monsieur le président, j'ai soulevé la question de privilège. M. MacInnis prétend qu'on a proposé de convoquer M. MacQuarrie afin qu'il motive la teneur de son rapport. Ce n'est pas ce que j'ai dit. Je tiens à l'établir sans équivoque possible; je veux lui demander sur quelle base il a établi son rapport.

Le PRÉSIDENT: Pour moi, c'est tout un.

M. MACINNIS: Qu'on me montre la différence qu'il y aurait entre déterminer la base sur la quelle on établit un rapport et motiver votre témoignage.

M. HEES: Il s'agissait de savoir sur quelle base reposaient ses conclusions.

Le PRÉSIDENT: M. MacInnis a la parole.

M. MACINNIS: C'est comme si l'on citait un juge à comparaître devant le tribunal et qu'on lui dise: motivez votre verdict.

M. FULTON: Ce sont deux choses bien distinctes.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Fulton, M. Hees, personne ne vous a interrompus lors de vos exposés; veuillez, je vous prie, faire preuve de la même courtoisie envers vos collègues.

M. MACINNIS: Autre chose, qu'il m'est impossible de comprendre: pourquoi ferait-on comparaître ici la T. Eaton Company dont la situation ne diffère guère des autres témoins? M. Fulton demande qu'ils comparaissent munis de tous leurs livres, registres et autres paperasses. Mais jusqu'à présent nous n'avons jamais demandé aux témoins d'apporter leurs livres ou registres, et nul de ceux qui ont été entendus par le Comité n'a parlé sur la foi du serment. La compagnie T. Eaton est-elle si peu digne de confiance qu'on ne puisse entendre ses représentants que sur la foi du serment? Une fois qu'ils auraient prêté serment faudrait-il encore les obliger à produire leurs livres et registres, et ne les croire que sous caution d'une garantie double? Voilà, à mon avis, qui serait poussé un peu loin l'obstructionnisme.

M. CROLL: Monsieur le président, qu'on me permette cette seule observation. Je ne dirai rien de ce qu'a affirmé M. MacInnis. Ce qui m'inquiète surtout c'est le passage de la dépêche où l'on affirme que le président s'est refusé à entendre les raisons militant en faveur de l'audition de M. Thomson. Ceux d'entre nous qui étaient ici hier et qui ont entendu les termes de la demande, savent que le demandeur a eu toute latitude pour se faire entendre. Il a parlé pendant 10 minutes j'imagine, et il a énuméré toutes les raisons possibles; rien n'autorise à prétendre que le président s'est refusé à entendre les motifs qui auraient motivés la déposition de M. Thomson, au nom des épiciers détaillants. Cette considération, à elle seule, suffit à me faire voter contre l'amendement.

M. BEAUDRY: A propos de l'amendement...

Le PRÉSIDENT: M. Beaudry.

M. BEAUDRY: Je crains que l'amendement ne me place dans une situation étrange.

M. HEES: Quoi, encore?

M. BEAUDRY: J'insiste sur le droit que j'ai d'exprimer mon opinion en tant que député. J'insiste pour qu'on rappelle M. McGregor, qui a témoigné et qu'on m'accorde le temps qu'il faut pour l'interroger après avoir lu son mémoire, tout comme l'ont fait 8, 9 ou 10 membres du Comité. Je ne sais en quels termes il me faudrait présenter mon sous-amendement afin de permettre de distinguer du reste le cas de M. McGregor. Je crains qu'en le présentant comme sous-amendement, la mise aux voix de ce sous-amendement (qui dépend nécessairement de l'amendement principal) aille à l'encontre de ma thèse, même si les voix étaient unanimes sur ce point.

Le PRÉSIDENT: Je propose de supprimer cette dernière mention de M. McGregor; je pourrais alors mettre l'amendement aux voix et accepter ensuite un amendement de votre part.

M. CARROLL: L'amendement est-il admissible? Il ne l'est pas tout à fait.

Le PRÉSIDENT: Le secrétaire m'a signalé que nous avons déjà pris une décision à cet égard au comité principal, sur la motion de Mme Fairclough tendant à la convocation de la société T. Eaton et d'autres témoins. Il faut tenir compte de la règle qui nous interdit de nous contredire.

M. FULTON: Est-ce bien une règle? Elle serait d'une application nouvelle ici.

Le PRÉSIDENT: C'est justement ce que j'ai dit à M. Burgess; mais j'ai ajouté que vu la décision, il serait équitable de mettre la motion aux voix.

M. CARROLL: Si je comprends bien la motion elle a pour objet le rappel de M. McGregor.

Le PRÉSIDENT: Oui.

M. CARROLL: Bon; nous avons un amendement tendant au rappel de M. McGregor et, aussi...

M. CROLL: M. Thomson.

M. CARROLL: Mais cela n'est point l'amendement.

M. BEAUDRY: Je n'ai pas encore proposé de motion, monsieur Carroll.

Le PRÉSIDENT: L'amendement que M. Fulton propose au Comité tend à convoquer devant nous, pour y être interrogés, le juge MacQuarrie, M. Robinson, de la société T. Eaton et M. J. R. Thomson.

M. FULTON: A propos de l'amendement, je désirerais simplement répondre à deux observations faites par M. MacInnis.

M. MACINNIS: Sur une question de règlement?

M. FULTON: Vous avez dit que vous ne m'aviez pas interrompu au cours de mon exposé.

M. MACINNIS: Celui qui propose un amendement n'a pas le droit de clore la discussion.

Le PRÉSIDENT: Il ne peut prendre la parole deux fois au sujet d'un amendement.

M. FULTON: Si fait.

Le PRÉSIDENT: Je vous demande pardon. Il peut le faire au sein du Comité, mais non pas à la Chambre.

M. FULTON: Les membres du Comité peuvent prendre la parole aussi souvent qu'il leur plaît. J'étais sur le point de répondre à M. MacInnis. Il a affirmé que deux choses n'étaient nullement exigées par notre tâche. Il a formulé ses propres obser-

vations quant à ceux qui faisaient des remarques stupides; que le Comité décide à qui ces observations peuvent s'appliquer.

Il déclare qu'il convient de repousser l'amendement parce qu'au cours de mon exposé j'ai demandé qu'on convoque la société T. Eaton, s'il le fallait sous peine d'amende, et que ses représentants témoignent sur la foi du serment. Je vous signale qu'avec constance et persévérance, je crois, j'ai soutenu que notre comité devrait avoir le droit de faire comparaître tous les témoins qu'il lui plairait et qu'il avait le droit de déterminer certaines conditions, si les témoins devaient prêter serment ou non.

J'estime avoir établi nettement qu'en ne convoquant pas certains témoins, nous nous priverions à mon avis de faits et de chiffres importants. Je suis absolument persuadé que les chiffres que la société T. Eaton pourrait citer seraient pour le Comité d'un grand intérêt et d'un grand secours. C'est pourquoi j'estime également qu'il convient de convoquer M. Robinson; de fait, j'y attache beaucoup d'importance. S'il le faut, qu'on lui demande, ai-je dit, de nous soumettre ses livres et de prêter serment. Sur ce chapitre, je n'établis aucune différence entre ce témoin et tout autre témoin qu'il plairait au Comité de convoquer.

En ce qui concerne le juge MacQuarrie, je me bornerai à signaler que les observations de M. MacInnis sur ce point ne tiennent pas debout. Il affirme que de convoquer M. MacQuarrie reviendrait à demander à un juge de comparaître devant le Comité pour motiver un verdict qu'il aurait rendu sur une affaire qu'il aurait eue à juger. S'il en était vraiment ainsi (et je voudrais qu'il en fût ainsi), nos délibératoins suivraient une voie différente. S'il s'agissait d'une affaire jugée par le juge MacQuarrie, nous la connaîtrions bien; en effet (à moins qu'elle n'ait été entourée de circonstances exceptionnelles), elle aurait été jugée en public. Nous aurions tous pu être présents à l'audience et nous aurions entendu les témoins. Sans avoir à procéder à des enquêtes complémentaires, nous aurions su, sur quelles preuves, sur quels faits et chiffres, sur quelles autres considérations le juge aurait assis sa décision. Mais dans ce cas-ci, tous ces renseignements nous font défaut. Non seulement nous ne savons pas sur quelles considérations s'est appuyé le juge MacQuarrie afin d'en venir à sa décision; mais encore nous avons entendu deux témoins dignes de confiance nous dire, témoins parlant au nom d'importants groupements, qu'à leur avis... ma foi c'est une déduction et je n'irai pas jusque là. Ces deux témoins nous ont affirmé qu'on ne leur avait pas demandé de fournir faits ou chiffres au comité MacQuarrie et qu'ils n'en avaient pas fourni. Cela me suffit pour en déduire que le comité MacQuarrie n'a pas recueilli assez de preuves pour fonder ses décisions et ses avis.

Je demande, tout simplement, qu'on convoque le juge MacQuarrie et qu'on lui demande de nous dire (sans précisions trop rigoureuses peut-être), quel genre de témoignages il a pu recueillir; nous saurons ainsi à quoi nous en tenir là-dessus et nous pourrons décider si ces témoignages pouvaient servir de base aux vœux que le comité MacQuarrie a formulés.

M. MacInnis: Je serai beaucoup plus bref que M. Fulton.

Celui-ci affirme qu'il ne demande pas, pour la société T. Eaton, de traitement différent de celui qui serait fait à toute autre société; mais il n'en est pas moins vrai qu'il n'a pas demandé qu'une autre société nous soumette ses registres. Il ne l'a pas fait.

M. Fulton: Je n'ai pas demandé qu'on convoque d'autres sociétés.

M. Beaudry: Nous avons entendu le témoignage d'une société...

M. MACINNIS: J'ai l'avantage sur M. Fulton; en effet, je me suis déjà prononcé en faveur de la convocation de la société T. Eaton, à un moment où M. Fulton n'était pas ici et ne pouvait voter.

M. FULTON: Je m'avoue vaincu par cet argument.

M. HEES: Il m'est difficile de comprendre pourquoi le Gouvernement répugne à convoquer M. MacQuarrie...

M. CROLL: Qu'est-ce que le Gouvernement vient faire là-dedans?

M. HEES: J'ai parlé du Gouvernement, parce que ses membres estiment que le rapport MacQuarrie est bien fondé...

Le PRÉSIDENT: Sur quoi vous fondez-vous pour affirmer que le Gouvernement rejette l'idée d'une convocation de M. MacQuarrie?

M. HEES: Ma foi, j'ai demandé très souvent...

M. CAUCHON: Quand cela?

M. HEES: A deux reprises, j'ai demandé que l'on convoque ici le juge MacQuarrie.

Le PRÉSIDENT: Vous l'avez demandé au Gouvernement?

M. HEES: J'ai demandé à notre Comité...

Le PRÉSIDENT: Oh, je vois.

M. HEES: Et le Comité n'a manifesté aucune disposition à le convoquer. Étant donné que le Comité est sous la coupe de députés et d'un président ministériels, j'en conclus que le Gouvernement se refuse à le convoquer.

Le PRÉSIDENT: Voilà un raisonnement fort boîteux.

M. HEES: J'estime au contraire qu'il est très logique. Si vous voulez y mettre un terme, vous avez un moyen excellent de le faire. Dites tout simplement: Oui, nous estimons assez le rapport MacQuarrie, ses vœux et ses conclusions, pour demander au juge MacQuarrie de comparaître devant nous afin de régler une fois pour toutes l'affaire aux yeux du public — de convaincre celui-ci que les conclusions du rapport se fondent sur des faits valides et des raisonnements irréfutables. On dissiperait ainsi pour toujours un soupçon qui règne dans l'esprit de bien des gens qui les porte à croire que le rapport est purement théorique et plus digne d'étudiants que d'hommes rompus aux affaires.

C'est une occasion qui s'offre au Gouvernement de prouver que le rapport est bien fondé. Je dis Gouvernement; notre comité est un Comité du Gouvernement, entièrement soumis aux volontés du Gouvernement — c'est une occasion très favorable qui s'offre au Gouvernement d'établir que le rapport est bon et que la loi projetée est motivée.

Si le Gouvernement ne la saisit pas, bon nombre de gens auront des doutes très graves.

M. CARROLL: M. Hees devrait adopter ici la même attitude qu'à l'égard de la pension des anciens combattants. Il a pris la parole à la Chambre pour dire que c'était lui, flanqué de quelques autres, qui avait contraint le Gouvernement...

M. HEES: C'est exact. Je vous remercie vivement, monsieur Carroll. Si d'aventure le juge MacQuarrie comparait ici, je dirai que c'est parce que l'opposition a réclamé qu'il se présente devant nous pour défendre sa cause... Ce serait la seule raison. Mais le Gouvernement ne veut pas qu'il comparaisse. Il semble craindre un peu.

Le PRÉSIDENT: Excusez-moi de vous interrompre mais n'est-ce pas vous-même qui avez exigé que nous entendions M. McGregor? Ce n'est pas le Gouvernement

qui l'a demandé mais nous l'avons fait à votre requête. Vous devriez donc laisser le Comité décider de même s'il doit convoquer ou non un témoin, comme les membres le jugeront bon.

Depuis 1867, la coutume parlementaire veut que ceux qui ont la majorité à la Chambre doivent aussi l'avoir dans les comités.

M. FULTON: Vous-même, monsieur le président, ou quelque autre membre du Comité pourriez-vous nous dire pourquoi M. McGregor devrait être le seul témoin de l'extérieur que le Comité doive convoquer?

Le PRÉSIDENT: C'est par décision du Comité.

M. CROLL: Monsieur le président, puis-je dire pourquoi M. McGregor est le seul témoin de l'extérieur qu'on ait convoqué ici? Si vous vous en souvenez, c'est M. Hees qui a exigé que M. McGregor soit appelé.

Le PRÉSIDENT: En effet.

M. CROLL: Et un seul motif l'animait: il espérait que M. McGregor mettrait le Gouvernement dans l'embarras.

M. HEES: Oh! non, non. A titre d'un de vos commettants, monsieur Croll, je m'oppose à cette remarque. Puisqu'il est mon député, il en entendra parler au bureau de scrutin.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

M. CROLL: Je ne me rendrai pas au bureau de scrutin.

L'honorable M. GARSON: Avant la mise aux voix, monsieur le président, j'aimerais, en toute justice pour le comité MacQuarrie et son rapport, formuler quelques observations. Au cours du présent débat, j'ai craint de dire quoi que ce soit, de peur qu'on m'accusât de vouloir, en ma qualité de membre du Gouvernement, influencer le Comité.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

L'honorable M. GARSON: Pour être juste envers tout le monde, les remarques qui ont été faites, peut-être inintentionnellement, ne devraient pas jeter de discrédit sur le comité MacQuarrie. Cela ne devrait pas être permis.

Ayant été dans la vie publique pendant plus de 25 ans, et ayant eu, pendant ce temps, l'occasion de prendre connaissance de bien des rapports d'un caractère général comme celui du comité MacQuarrie, je puis dire qu'autant que je me souvienne, aucun de ces rapports n'a résumé aussi admirablement et aussi parfaitement les arguments pour ou contre que l'a fait le rapport MacQuarrie. Je défie donc toute personne sensée qui n'a pas quelque but intéressé ou quelque fin ultérieure à servir de prétendre que le rapport ne démontre pas nettement la façon avec laquelle il a abouti à ses conclusions.

M. FULTON: Eh bien, monsieur le président, je prétends le contraire et je n'accepte pas l'affirmation du ministre.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

L'honorable M. GARSON: J'ai dit "toute personne sensée qui n'a pas quelque but intéressés ou quelque fin ultérieure à servir".

M. FULTON: Monsieur le président, j'invoque la question de privilège. J'exige que le ministre retire cette observation.

Le PRÉSIDENT: A l'ordre!

L'honorable M. GARSON: Il est évident que mon honorable ami ne cherche qu'à retarder les travaux du Comité.

M. FULTON: Je demande que le ministre retire ces remarques.

Le PRÉSIDENT: Je crois, monsieur Garson, qu'il est contraire à l'étiquette parlementaire d'attribuer à un député des fins ultérieures.

L'honorable M. GARSON: En ce cas, monsieur le président, je retire ce que j'ai dit.

M. HEES: Voyons, ne gâtez pas notre plaisir.

Le PRÉSIDENT: Aux voix! Que ceux qui sont en faveur de faire comparaître le juge MacQuarrie, M. Thomson et M. Robinson, comme le propose l'amendement de M. Fulton, lèvent la main. Que ceux qui sont en faveur de l'amendement de M. Fulton disent "oui" et que ceux qui sont contre disent "non".

(A ce moment, le vote est inscrit.)

Le SECRÉTAIRE DU COMITE: Pour, 8; contre, 19.

M. THATCHER: Lisez la motion principale.

M. BEAUDRY: J'ai un amendement à proposer à la motion principale. Je demande que M. McGregor soit appelé comme témoin afin que je puisse lui poser des questions.

M. THATCHER: Vous devriez plutôt dire: "afin que nous puissions".

M. BEAUDRY: Afin que nous puissions lui poser des questions.

Le PRÉSIDENT: Le Comité est-il prêt à se prononcer? Que ceux qui sont en faveur de l'amendement de M. Beaudry disent "oui". Que ceux qui sont contre disent "non".

Les "non" l'emportent.

M. BEAUDRY: Je demande que le vote soit inscrit. Ceux qui sont pour diront "oui" et ceux qui sont contre diront "non".

(A ce moment, le vote est inscrit.)

Le PRÉSIDENT: Maintenant, le sous-comité du programme a proposé qu'à la séance du vendredi 7 décembre, nous abordions d'abord l'avis de motion de M. Croll au sujet des "articles sacrifiés"; qu'au cours de la discussion, le temps alloué à chaque membre ne dépasse pas cinq minutes; que le public soit admis tant que durera cette discussion et qu'ensuite, le Comité s'en tienne à la procédure normalement suivie quand il étudie un rapport soumis à la Chambre.

M. THATCHER: Je me vois contraint de proposer un amendement à cette proposition. Je propose qu'à compter de vendredi le Comité poursuive ses séances publiques jusqu'à la fin de la session, puis qu'il ne présente au Parlement qu'un rapport provisoire. Je propose en outre que le Comité demande à se réunir de nouveau au début de la session de 1952 afin de continuer ses séances. En effet, il est évident que, si nous ne suivons pas cette façon de procéder, nous ne pourrons entendre tous les témoignages. Si la mesure proposée est adoptée à la hâte, beaucoup de gens en souffriront sans avoir eu la chance de se faire entendre.

Le PRÉSIDENT: Ceux qui sont faveur de l'amendement de M. Thatcher diront "oui"; ceux qui sont contre diront "non".

M. CROLL: Je demande que le vote soit inscrit.

Le PRÉSIDENT: Que ceux qui sont en faveur de l'adoption du rapport du sous-comité du programme et de la procédure disent "oui" et que ceux qui sont contre disent "non".

(La motion est adoptée.)

M. BEAUDRY: J'ai une motion à proposer; mais avant de la présenter j'ai une observation à formuler. Ayant pris connaissance du mémoire de M. McGregor,

je désirais lui poser une question, mais les membres du Comité, par un vote majoritaire, m'en empêchent.

Le PRÉSIDENT: L'ordre du jour nous invite à entendre ces témoins.

M. BEAUDRY: Voici la motion que je propose:

Étant donné que le Comité se voit privé de l'occasion d'examiner la preuve qui a pu être soumise au comité MacQuarrie;

Étant donné qu'après avoir entendu un certain nombre de témoins représentant un fort élément de la population et qui se sont prononcés pour ou contre la fixation des prix de revente et, comme le temps ne permet pas à certains membres du Comité d'interroger les témoins entendus, le Comité conclut que la nature des témoignages de vive voix ou par écrit déjà entendus ne lui permet pas de porter au fond de la question une attention sérieuse, et informe la Chambre qu'il ne possède pas de données suffisantes pour approuver ou rejeter le rapport intérimaire du comité MacQuarrie.

Le PRÉSIDENT: Je mets la motion aux voix.

M. BEAUDRY: Je demande que le vote soit inscrit.

(La motion est rejetée.)

Le PRÉSIDENT: Nous avons aujourd'hui comme témoins des représentants de l'Association canadienne des bijoutiers. M. Phelan posera les questions préliminaires avant l'audition des témoins. Je prie ceux-ci de se présenter au Comité.

Me R. F. WILSON, C.R.: Je suis l'avocat de l'Association canadienne des bijoutiers et j'ai à mes côtés M. Norman Leach, directeur général de l'Association. Avec la permission du président et de mon docte ami, Me Phelan, j'aimerais formuler certaines observations d'ordre général; puis M. Leach résumera le mémoire et répondra à toutes les questions que vous désirerez lui poser.

Dans le sommaire de notre mémoire nous demandons au Comité de mener une enquête approfondie de tous les faits avant de prendre une décision. Nous demandons ensuite au Comité d'examiner les lois du commerce loyal et décider si elles doivent être adoptées. Dans le mémoire, nous nous posons comme adversaires des coalitions. D'après ses attributions, le comité MacQuarrie n'avait aucun motif de se prononcer dans son rapport sur la fixation des prix de revente mais, en toute justice pour le Comité, il a fait part par lettre à l'Association canadienne des bijoutiers de son intention d'aborder la question de la fixation des prix. Nous prétendons que le comité MacQuarrie n'a pas été institué afin d'examiner cette question. Voilà pourquoi notre association, comme d'autres d'ailleurs, ne lui ont pas présenté de mémoire à ce sujet.

Le public fait entendre ses clameurs contre la cherté des marchandises, le coût élevé de la vie, mais nous prétendons que la loi proposée ne réglera pas la question des prix élevés.

Nous conseillons au Comité de ne pas agir avec trop de précipitation parce que l'adoption de cette mesure législative, faute de loi relative au commerce loyal, bouleversera le commerce du pays. Deuxièmement, si la mesure est adoptée à titre d'amendement à la loi sur les coalitions ou si elle est insérée dans quelque autre loi, je suppose que le Gouvernement, comme l'a fait celui de 1931, demandera à la Cour suprême, en toute justice pour la population, y compris ceux que la mesure atteindra, de se prononcer sur la légalité ou la constitutionnalité de la loi proposée.

Je puis dire, en tant qu'avocat, qu'après avoir étudié la cause relative à la loi sur les coalitions qui avait été soumise en 1931 à la Cour suprême et, plus

tard, au Conseil privé, la question dont il s'agit en ce moment est bien plus importante et la mesure proposée est bien plus étonnante puisqu'une fois adoptée elle posera comme principe qu'un négociant ne pourra plus conduire ses affaires comme il l'a fait fait depuis tant d'années.

Messieurs, ce n'est ni l'endroit ni le moment propice de nous demander si la mesure proposée est constitutionnelle ou non, mais ce point laisse suffisamment de doute pour me porter à croire que si le gouvernement actuel ne juge pas à propos, une fois la loi adoptée, d'en soumettre la constitutionnalité à la Cour suprême, quelque parti intéressé y verra sans doute.

Je laisse maintenant la parole à M. Leach qui tâchera de vous éclairer autant qu'il le peut. M. Norman Leach, directeur général de l'Association des bijoutiers canadiens, est appelé:

Le TÉMOIN: Puis-je, tout d'abord, revenir sur les remarques de M. Wilson à propos des circonstances qui ont donné lieu à l'institution du comité MacQuarrie? Je m'empresse de dire que je ne suis ni parlementaire, ni avocat, mais tout somplement homme d'affaires. Si je comprends bien, M. McGregor a fait part au Parlement des difficultés qu'il avait éprouvées quand il s'était agi de traduire en justice certains boulangers. M. Gordon est intervenu en disant que les boulangers avaient agi de la façon qu'on leur avait indiquée durant les années de guerre. Ayant fait observer que la législation sur les coalitions manquait de sanctions, M. McGregor a préféré se démettre de ses fonctions. C'est par la suite que le comité MacQuarrie a été institué en vue de voir comment rendre la loi plus sévère afin que le commissaire puisse plus efficacement remplir ses fonctions. En janvier 1950, nous avons reçu du comité MacQuarrie une lettre nous demandant de lui soumettre un mémoire. J'avais déjà appris par la voie des journaux que M. McGregor avait démissionné et que M. Donald Gordon avait appuyé les boulangers. De notre côté, nous croyions que le comité MacQuarrie devait enquêter sur l'existence de coalitions. Nous avons répondu que nous condamnions les coalitions, que nous croyions en la concurrence libre et que nous étions d'avis que chaque fabricant devrait avoir le droit de fixer son propre prix. Voilà quel a été notre réponse, mais personne ne se doutait que le comité allait s'occuper de cette question, de sorte que les milieux commerciaux ont été fort étonnés d'apprendre, en juin et juillet de la même année, que le fabricant n'aurait pas le droit de révéler au public quel allait être le prix de son produit. Nous avons été grandement induits en erreur. Peut-être iriez-vous jusqu'à dire que nous avons été stupides de ne pas exposer notre cause au comité MacQuarrie. S'il avait été saisi des témoignages que vous avez entendus depuis ces dernières semaines, il aurait peut-être rédigé un rapport tout différent. Le point de vue que nous présentons en ce moment est celui que nous aurions dû exposer en 1950.

Je tiens ici à vous signaler une erreur typographique qui s'est glissée à la page 2 de notre mémoire. Voici ce qu'on y lit: "Nous ne croyons pas qu'on ait bien démontré que le consommateur n'était pas contraint d'acheter des articles assujétis à la fixation des prix". J'ai fait deux négations. Le texte devrait se lire ainsi qu'il suit: "Nous ne croyons pas qu'on ait bien démontré que le consommateur était contraint d'acheter des articles assujétis à la fixation des prix".

Bien que des marchandises assujétis à la fixation des prix de revente soient offertes au public, celui-ci peut en acheter une foule d'autres qui ne sont pas assujétis à ce régime. A son gré, il peut donc en acheter dont le prix et la qualité sont fixes, sinon en acheter d'autres au prix de son choix. Nous prétendons aussi que, dans bien des cas, des articles non assujétis à la fixation des prix sont vendus

plus cher que le prix de revente fixé par le fabricant. Je crois que M. Harris a fourni une foule de preuves dans ce sens, de sorte que, d'après nous, une telle situation existe. Nous soutenons que le régime de la fixation des prix a pour effet de maintenir la qualité du produit. Au Canada, comme dans n'importe quel autre pays, le bijoutier vend des articles au sujet desquels le public ne connaît rien. Nous prétendons donc, messieurs, que, dans la bijouterie, la marque et le prix revêtent une grande importance.

Nous vendons des chronomètres, des pierres précieuses, des objets d'or, d'argent et de platine. Dans bien des cas, nous vendons des articles de bas métaux plaqués d'or ou d'argent et, comme la plupart des acheteurs, vous ne savez pas ce que vous achetez que par la marque de fabrique et la publicité qui s'est faite autour du produit dont vous faites l'acquisition. Nous prétendons donc que, dans le commerce de la bijouterie, la marque et le prix revêtent une importance toute particulière. Les montres sont fabriquées en Suisse et quelques-unes aux États-Unis. Un document que j'ai sous la main révèle l'existence d'environ 300 marques de montres. L'acheteur doit avoir confiance dans le détaillant, dans la marque et dans le prix avant de pouvoir faire un choix judicieux parmi ces 300 marques différentes. De même, lorsqu'on achète un diamant ou quelque autre pierre précieuse ou quelque bijou, il faut avoir confiance dans la maison avec qui on fait affaire, dans la marque de fabrique et dans la qualité reconnue. Dans la bijouterie, je répète que le publique se préoccupe surtout de la marque et du prix. Dans notre mémoire, nous parlons en cinquième lieu des articles sacrifiés. Vous devez en avoir assez entendu parler maintenant, mais je vous assure que c'est un sujet toujours important pour le commerçant. Il est notoire que les gros acheteurs ont l'avantage sur les petits, puisqu'ils jouissent d'un rabais sur la quantité. Nous n'avons rien à dire contre les rabais. Le commerçant qui achète seulement trois petits articles contraint tout de même le fabricant à encourir des frais d'empaquetage et d'expédition et toutes les autres dépenses que cela entraîne. Même en tenant compte de la fixation du prix de revente, ce rabais sur la quantité permet au gros acheteur de vendre toujours moins cher que le petit détaillant, tout en touchant la même marge de bénéfice.

Permettez-moi de vous fournir, en passant, un exemple frappant. Voici un numéro du *Daily Star* de Toronto du jeudi 22 novembre. Je me suis procuré deux numéros du même jour afin de découper toutes les annonces que j'ai pu y trouver. Il y en a plus de 25. Permettez-moi de vous les résumer.

J'y vois des montres dont le prix a été réduit du tiers ou de la moitié, des valises en cuir vert à prix réduit du quart; des bagues à diamant à moitié prix; des manteaux pour dames à $15 meilleur marché. En voici d'autres dont le prix régulier est de $89 et qui sont offerts à $66. Un autre marchand offre gratuitement une paire de pantoufles avec l'achat de toute paire de chaussures. Voici encore des manteaux de fourrure réduits de $295 à $179, etc.

On entend souvent dire que le prix des montres est fort élevé. Or, voici une montre suisse munie de 15 rubis offerte à $15.95, en dépit d'une taxe de 35 p. 100, de sorte que ce n'est pas cher pour une montre suisse de 15 rubis. Voici des mouchoirs pour hommes dont le prix régulier est de $1.15 pour trois et qui sont offerts à 95c. Je vois ensuite des postes de télévision réduits de $200 à $250. Une autre annonce offre en vente à $198 des manteaux de fourrure dont le prix régulier est de $395. D'autres manteaux de fourrure d'une valeur de $750 sont offerts à $499. Des lustres pour l'éclairage domestique sont offerts à une réduction d'un tiers du prix courant. Des vêtements d'enfants sont réduits de $8.95 à $4.98.

De telles réductions sont annoncées tous les jours. Je ne vous ai parlé que des annonces du jeudi, 22 novembre.

M. Fulton:

D. Ces annonces m'intéressent mais dites-moi s'il s'agit de grands ou de petits magasins? — R. Des deux.

D. Des magasins de tous genres? — R. Oui, de Robert Simpson, de Northway, de Macdonald and Wilson, marchands d'appareils d'éclairage, de Holt Renfrew, de Sellers Gough, de People's Credit Jewellers, d'Eaton, du Crystal Fur Shop, du Shoe Circle, de Fairweather.

D. Pour ceux qui ne connaissent pas Toronto, s'agit-il ici d'une répartition assez juste de grands et de petits magasins ou uniquement de grands magasins? — R. Il y en a des deux mais, en majorité, il s'agit de grands magasins.

M. CROLL: Oui.

Le TÉMOIN: M. Croll doit les connaître.

M. THATCHER: J'aimerais aussi avoir une explication. Que signifient ces annonces par rapport à la fixation des prix de revente?

Le TÉMOIN: Puis-je terminer mon énumération? Voici des cravates pour hommes de $2.50 à $5 qui sont offertes à $1.69. Voici ensuite une annonce de la Canadian Tire Corporation qui offre de l'huile à moteur à 37c. la pinte et un accumulateur à une réduction de $6.75. Des patins et bottines pour hommes de $18 à $20 sont offerts à $11.45. Je vois encore que la Better Plumbing Company, 641 rue Yonge, offre des appareils de salle de bain pour $169, alors que le prix courant est de $219. Je ne décrirai pas tous les postes de télévision offerts en vente mais tous constituent une aubaine. Je cite ces prix à titre de curiosité. Voici qui ne signifie pas grand'chose, mais les Pickering Farms vendent 55c la livre des poulets vidés dont le prix courant est de 59c. la livre. Le même fournisseur vend au prix courant de 55c. la livre des canetons fraîchement tués.

Voici ce que je tiens à faire ressortir: Alors qu'on prétend que le prix des marchandises est fixe, je relève dans un seul numéro d'un journal de Toronto toutes les aubaines qu'un acheteur puisse désirer.

Mme FAIRCLOUGH: Mais on ne voit pas de chemises à $2.

Le TÉMOIN: Je n'en ai pas vu dans les annonces que j'ai découpées. M. Wilson me signale un autre point que je veux mentionner. Il s'agit de l'annuaire des bijoutiers canadiens qui contient la liste de leurs produits. Quatre pages sont consacrées aux montres qui portent une marque de fabrique. Cet annuaire sert aux bijoutiers qui veulent savoir les noms des horlogers qui fabriquent les montres qu'ils tiennent à acheter. Il renferme aussi les noms de toutes les marques de montres qu'on peut acheter au Canada. On peut à l'occasion les trouver chez quelque fournisseur. A même cette liste de 301 marques de montres, j'en ai relevé 62 dont le prix est fixe et 239 qui ne sont pas assujétis à la fixation des prix. Le public n'est pas contraint d'acheter une de ces 62 marques de montres. Il peut faire son choix parmi les 239 autres. Si ces 62 marques sont dans l'industrie de l'horlogerie ce que la Cadillac est dans l'industrie de l'automobile, le public peut les acheter à prix fixe, mais rien ne l'y contraint. Il peut faire son choix parmi 239 autres marques de montres.

M. Thatcher:

D. Vous ne m'avez pas encore dit quelle conclusion vous tirez de ces annonces? — R. Elles signifient que le public peut bénéficier d'aubaines tous les

jours. Je n'ai pris qu'un seul numéro d'un quotidien. On peut en voir d'autres dans les journaux presque tous les jours de la semaine. Je prétends respectueusement, mesdames et messieurs, que si vous abolissez la fixation des prix de revente, vous verrez annoncés dans les journaux des articles porteurs de marque de fabrique. Je ne crois pas que les articles que j'ai énumérés soient des articles sacrifiés parce qu'ils ne portent pas de marque de fabrique. A mon avis, c'est la marque de fabrique qui fait de l'article sacrifié une aubaine. Il existe des articles portant la marque de commerce d'Eaton ou de Simpson et d'autres qu'on ne peut associer à aucun fabricant en particulier et qu'on passe au détaillant pour qu'il en réduise le prix comme bon lui semble. Par contre, lorsqu'un fabricant vend à un détaillant un article qui porte sa marque de fabrique et dont il a fixé le prix et maintenu la qualité, il exige que ce prix reste toujours le même. Le public peut toujours acheter des articles à prix d'aubaine. Je prétends donc que, si la mesure proposée est appliquée, les articles réputés qui sont assujétis à la fixation des prix de revente tomberont dans la catégorie des marchandises vendues à perte.

D. Ce qui revient à dire que le prix de ces marchandises baissera. — R. Croyez-vous qu'il en sera ainsi?

M. CROLL: Le croyez-vous?

Le PRÉSIDENT: Il était entendu que le témoin ferait d'abord un court résumé du mémoire et que le conseiller juridique du Comité lui poserait ensuite des questions sur ce mémoire.

M. FULTON: Le témoin a fait voir qu'il aimerait continuer dans cette veine.

L'honorable M. GARSON: Si chacun doit intervenir, j'aimerais à mon tour contre-interroger le témoin sur ce point.

M. FULTON: Le témoin a donné à entendre qu'il aimerait terminer sa déclaration.

Le PRÉSIDENT: Le témoin peut continuer mais je prie ceux qui se trouvent tout près de lui de s'abstenir de poser des questions tant qu'ils n'y auront pas été invités.

Le TÉMOIN: Nous disons à la page 6 que certains articles sont assujétis à la fixation des prix de revente, tandis que d'autres ne le sont pas; nous ajoutons que la fixation des prix a pour effet d'empêcher les prix de monter. Voici ce que je pense: je sais, puisque je collabore avec les bijoutiers, les grossistes et les fabricants, que depuis la guerre, on cherche constamment à rétrécir la marge de bénéfice du détaillant. Cela découle de la hausse constante des salaires de la main-d'œuvre et de l'augmentation continuelle du prix des matières premières. Prenons, par exemple, une montre suisse. Nous n'avons rien à dire au sujet du prix de cette montre. Les prix montent par suite des droits de la douane et l'accise, de la taxe de vente et d'autres impôts. De son côté, le fabricant craint d'exiger trop cher et de perdre ainsi des clients, ce qui le ruinerait. Le commerce de la bijouterie au Canada redoute constamment que ses prix montent au point où le public se désintéresse de ses produits. Voilà notre constant souci. Le fabricant ne cesse donc pas de demander au détaillant d'accepter diminution sur diminution de sa marge de bénéfice. On se dirait au temps de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre et pourtant c'est bien ce qui se passe. Les détaillants du pays se plaignent constamment: ils sont laissés à leur propre sort; ils ne peuvent obtenir une marge suffisante de bénéfice pour subsister. Voilà, hélas! ce qui est pénible. Je ne parle ici que de la marchandise qui porte une

marque de fabrique, car le détaillant fixe le prix qu'il veut sur celle qui n'en porte aucune.

Il est longuement question dans notre mémoire de ce que nous entendons par démocratie dans le commerce. M. Wilson y a déjà fait allusion. Permettez-moi d'y revenir et de vous lire ce qui me semble être un point important et logique des vœux que nous exprimons:

> Le comité MacQuarrie recommande que soit considéré comme un délit, pour le fabricant, le fait de refuser d'approvisionner le détaillant qui réduit les prix. Nous ne pouvons nous empêcher d'envisager cette façon d'agir comme extraordinaire et sans précédent. Il était admis jusqu'ici que tout marchand jouissait du droit démocratique de vendre ou de refuser de vendre comme il l'entendait. Il pouvait donner comme raison que la boutique du détaillant était mal située, qu'il était risqué de lui faire crédit, qu'il y avait surcroît de débouchés dans la localité où il se trouvait ou que le commerçant était négligent et incompétent. Cependant, il est inconcevable qu'un gouvernement puisse même songer à recourir à une loi susceptible de supprimer un droit démocratique aussi fondamental.

Ces réflexions de M. Wilson avaient pour fin d'exposer clairement la situation du fabricant.

J'espère que je ne dépasse pas le temps qui m'est alloué, monsieur le président?

Des VOIX: Non, non! Continuez.

Le TÉMOIN: Le fabricant se préoccupe d'abord de l'intérêt du détaillant, car il désire le voir maintenir ses disponibilités. Malheureusement, il ne possède pas toujours cette certitude, puisque le détaillant n'a jamais tout son argent liquide: il est placé dans son fonds de commerce et comprend aussi les effets à recevoir. Il paye ses fournisseurs quand ceux-ci le pressent, mais le fabricant n'est jamais sûr de la solvabilité du détaillant. Par la loi que vous proposez, le fabricant pourrait être contraint de continuer à vendre son produit à un magasin qui s'achemine progressivement vers l'insolvabilité.

M. CROLL: Mais non, pas du tout.

Le TÉMOIN: Voilà comment nous envisageons les effets de la mesure proposée.

Le PRÉSIDENT: Je vous prie de nouveau, monsieur Croll, d'attendre que M. Leach ait terminé son exposé avant de lui poser des question.

Le TÉMOIN: Il me fera plaisir d'avoir le point de vue de M. Croll à ce sujet. Si un magasin est sur le point de recevoir la visite du syndic de faillite, je ne vois pas comment nous pourrions empêcher le propriétaire de réduire ses prix. Il peut le faire en désespoir de cause, quand la faillite le menace, afin d'encaisser le plus possible. Voilà le danger que court le fabricant. N'est-ce pas ce que vous vouliez faire ressortir?

Le PRÉSIDENT: M. Phelan abordera sûrement ce point au cours de son interrogatoire.

Le TÉMOIN: Voici ce que nous signalons dans notre mémoire:

> D'après les chiffres du Bureau fédéral de la statistique, les ventes du commerce de la bijouterie accusaient, en septembre 1951, une diminution de 17.6 p. 100 par rapport à septembre 1950, mais ce pourcentage n'indique pas la baisse réelle, que l'on pourrait plus justement évaluer à 25 ou 30 p. 100, puisque les prix ont monté brusquement à la suite de l'imposition de nouvelles taxes. Outre cette tendance défavorable, la pénurie de certains métaux menace la bijouterie. Dans plusieurs parties du Canada, les bijoutiers

font des ventes à l'enchère et au rabais, ce qui indique que nos marchands subissent déjà la gêne de l'après-guerre. L'application des vœux du comité MacQuarrie serait infailliblement suivie d'un rabaissement immédiat et important des prix qui jetterait le commerce et l'industrie dans le marasme.

Nous terminons notre exposé en priant le Gouvernement d'appliquer les lois du commerce loyal, comme aux États-Unis.

M. CROLL: En quoi consistent ces lois?

Le TÉMOIN: Puis-je m'étendre sur ce sujet?

M. CROLL: Oui.

Le TÉMOIN: En un mot, le fabricant fait parvenir à un bureau de l'État, appelé bureau du commerce loyal, le catalogue de sa marchandise. Il en révèle ainsi la nature et le prix aux autorités du pays. Il peut ensuite informer le détaillant que sa marchandise a été reconnue comme un article de commerce loyal et il lui montre le certificat officiel à ce sujet. Pour sa part, le détaillant signe un certificat en vertu duquel il s'engage à vendre cet article au prix approuvé et contrôlé par le Bureau. Vous vous rappelez sans doute le procès qui avait été intenté, en juin dernier, à la maison Macey parce qu'elle n'avait pas signé d'entente relative au commerce loyal. Il en a probablement été question plusieurs fois devant vous. Dois-je passer outre, monsieur le président?

Le PRÉSIDENT: Oui, on nous en a parlé.

Le TÉMOIN: Nous prétendons qu'une loi relative au commerce loyal contribuerait fortement à résoudre les difficultés présentes. Grâce à elle, le fabricant surveillerait de très près sa marchandise et son prix, ce qui serait à son avantage comme à celui du commerce de détail. Nous pourrions l'appeler la loi du commerce loyal. C'est une pratique commerciale à laquelle on donne une forme législative.

Avant de reprendre mon siège, j'aimerais vous faire part de quelques petits détails que j'ai glanés au cours de ma brève carrière. Vous connaissez la maison Eaton. Or permettez-moi de vous montrer un prospectus de 16 pages que ce grand magasin distribue à cinquante ou soixante mille foyers de Toronto, soit presque à toutes les familles de la ville. Il s'agit de 16 pages d'aubaines que ce magasin offre de temps à autre au public. Presque chaque jour, ce grand magasin insère 3 ou 4 pages d'annonces dans les quotidiens de Toronto. Soit dit en passant, je m'étonnerais d'apprendre que la maison Eaton fût en faveur de la fixation des prix de revente. Sa ligne de conduite est bien compréhensible. Cela veut dire que le petit détaillant n'a ni les ressources ni l'achalandage ni les atouts voulus pour faire de telles offres au public. Le petit commerçant n'a pas les moyens de lancer une telle campagne de ventes. Je prétends que la fixation des prix de revente n'a pas été instituée pour venir en aide à une maison comme la T. Eaton Company, mais plutôt afin de permettre au petit négociant de gagner la confiance du public.

Le PRÉSIDENT: Vous avez pas mal touché à tous les points que renferme votre mémoire. Désirez-vous ajouter autre chose?

Le TÉMOIN: Je ne vois pas ce que je pourrais y ajouter.

Le PRÉSIDENT: En ce cas, M. Phelan va commencer l'interrogatoire du témoin, puis les membres du Comité pourront poser leurs questions. Je prie M. Phelan de procéder aux questions.

Le TÉMOIN: Je vous remercie, monsieur le président.

M. Phelan:

D. Monsieur Leach, j'aimerais vous demander quelques renseignements au sujet de votre association. Le premier alinéa de votre mémoire mentionne le nombre de vos membres. — R. Oui, monsieur.

D. Vous nous donnez le nombre de vos membres, celui des membres associés et celui des fabricants. Dois-je conclure que votre association comprend tous les échelons du commerce, des fabricants jusqu'aux détaillants? — R. C'est exact.

D. Ce nombre de 1,239 membres représente quelle proportion de tous les détaillants du Canada? — R. Pas plus des trois cinquièmes aux trois quarts.

D. Une bonne majorité? — R. Je sais, par exemple, que la revue de la bijouterie compte au Canada 3,400 lecteurs. Nous comptons parfois deux lecteurs par magasin. Je crois que les fabricants comptent comme clients qui vaillent la peine 2,200 magasins au pays, en laissant de côté les petits réparateurs de montres.

D. Et votre association représente environ les trois cinquièmes de ces établissements? — R. J'ose le dire.

D. Le nombre de 109 représente quelle proportion du nombre total de fabricants au Canada? — R. A peu près la même proportion.

D. 60 p. 100? — R. Oui.

D. Je vois. Parmi ces 1,239 détaillants membres de votre association, comprenez-vous les bijoutiers qui vendent à crédit? — R. Ceux qui vendent à crédit et au comptant.

D. Les deux? — R. Oui. Nous avons aussi comme membres quelques magasins à rayons.

D. Classez-vous vos membres par catégories, comme, par exemple, ceux qui vendent des pierres précieuses, des montres, des bijoux et de l'argenterie? — R. Non, notre association groupe deux classes: les fabricants et les grossistes et le conseil d'administration.

D. Je ne parle que de votre commerce de détail. Il doit y avoir des catégories, comme les joailliers, les horlogers... — R. Non. Le magasin lui-même est inscrit à titre de membre, comme dans le cas d'Henry Birks and Sons ou de Kents.

D. Oui, je saisis bien mais je vous demande si vous répartissez vos produits en catégories, comme les pierres précieuses, les montres, les bijoux, l'argenterie et le reste? — R. Non, monsieur.

D. Dites-moi quelle proportion de vos articles vendus au détail sont assujétis à la fixation des prix? R. J'ai bien songé à cela parce que je savais que vous alliez me poser cette question. Il est difficile d'y répondre. Le commerce de la bijouterie se trouve dans une situation particulière. La maison Henry Birks and Sons, la plus importante bijouterie du monde, compte parmi nos membres. Je n'ai pas accès à ses livres. Nous comptons aussi des magasins à rayons qui vendent de la bijouterie et nous avons encore les petits bijoutiers ordinaires. Je puis dire que la maison Henry Birks and Sons vend très peu d'articles assujétis au régime de la fixation des prix de revente parce que sa marque de commerce est fort connue. Le nom de Birks sur un article est un indice de qualité. Elle n'utilise pas de marques de fabrique. De même pour T. Eaton Company les marques de fabrique ne sont pas importantes, vu le prestige du nom d'Eaton. D'autre part, le petit bijoutier, qu'il soit de Brampton, d'Oakville ou de Lethbridge, ne jouit pas de beaucoup de renommée.

M. CROLL: De Kamloops?

M. FULTON: Les gens de cette ville jouissent d'un grand prestige.

L'honorable M. GARSON: Bravo!

Le TÉMOIN: Ces petits détaillants vendent plus d'articles assujétis à la fixation des prix de revente parce que la renommée de la marque de fabrique revêt à leurs yeux plus d'importance. Ils doivent faire concurrence à Birks, de sorte qu'ils s'en tiennent à une bonne marque de montre, par exemple.

Je n'en nommerai aucune car, si je le faisais, les journaux donneraient à quelque fabricant une réclame gratuite. Or je ne voudrais pas qu'on m'accuse de favoriser celui qui ne le mérite pas.

Le PRÉSIDENT: Les journaux ne feront pas cela.

Le TÉMOIN: Il existe des marques de montres qui jouissent de la faveur populaire, ce qui permet au petit détaillant de faire concurrence à Birks.

M. Phelan:

D. Peut-être pourriez-vous me dire quelle proportion des articles que vendent les petits bijoutiers est assujétie à la fixation des prix de revente? — R. Les neuf dixièmes des montres le sont.

D. Et l'argenterie? — R. Pour les diamants, les trois quarts; pour l'argenterie, peut-être 95 p. 100. Je pense ici à Community Plate, 1847 Rogers Brothers et d'autres encore.

D. Y a-t-il d'autres genres d'articles sur lesquels vous pourriez nous fournir des chiffres? — R. Les bijoutiers vendent aussi des appareils électriques, des grille-pain, des malaxeurs et une foule d'autres articles de la même catégorie, mais je ne saurais fournir de précisions.

D. Nous pouvons donc conclure que la proportion est très minime pour Henry Birks, mais peut aller jusqu'à 90 ou 95 p. 100 pour le plus modeste bijoutier. — R. C'est à peu près cela.

D. Savez-vous comment le fabricant fixe ses prix? Sur quoi se fonde-t-il? — R. Je ne le sais pas au juste. Tous les fabricants fixent ce qu'ils appellent des prix psychologiques.

D. Psychologiques? — R. S'ils veulent vendre un article $50, $29.50, $79.50 ou $200 ou encore $1,000, ils voient à fabriquer un article de manière qu'il puisse commander ce prix. C'est ainsi, je pense, qu'on procède couramment. En entrant dans une bijouterie on voit parfois un comptoir d'objets à $2. Le bijoutier les a obtenus en demandant aux fabricants de lui trouver des articles pouvant se vendre à ce prix. Éventuellement, ces articles sont inscrits au catalogue du fabricant comme marque courante. Voilà comment se fait en réalité, la plupart du temps, la fixation des prix.

Comme M. Hees hoche la tête en signe d'approbation, j'en conclus que c'est là la pratique courante dans le commerce.

M. HEES: Oui.

Le TÉMOIN: Le bonnetier veut fabriquer une paire de bas qui se vendra $1 au détail. Il serait stupide de fabriquer une paire de bas qui se vendrait $1.33 au détail, car le consommateur ne veut pas payer ce prix-là. Les prix s'établissent à $1, $1.25, $1.50 et $2.

M. PHELAN: Puis-je accepter comme étant à peu près exact l'énoncé suivant extrait du rapport du comité MacQuarrie?

M. FULTON: Quelle page?

M. Phelan:

D. Page 20, troisième paragraphe au haut de la page. Il s'agit d'une réponse émanant apparemment d'un fabricant.

> La réponse, je crains bien, est que faute d'une méthode scientifique, le fabricant procède par tâtonnements. Le prix de détail doit manifestement constituer un compromis; or, comme on estime plus sûr de le fixer un peu trop haut que trop bas, le compormis s'établit d'ordinaire vers la hausse.

Est-ce là une bonne définition de la méthode employée par le fabricant pour fixer ses prix? — R. Je serais porté à dire non — sauf si on la modifie en ajoutant que le fabricant doit tenir compte des agissements de ses concurrents. Le concurrent dont la paire de bas à $1.75 ou la montre à $29.50 constituent de bons articles reconnus dans le commerce agirait de façon insensée s'il portait ses prix à $3 ou à $40, par rapport aux prix courants.

Puis-je ajouter que les réclames dans les journaux jouent un grand rôle dans l'établissement des prix.

Je suppose qu'en voyant ce numéro du *Daily Star* tout fabricant de lustres se dira qu'il doit vendre ses lustres meilleur marché s'il veut les écouler.

Etes-vous en train de me dire ou de dire au Comité que les réclames dont vous avez parlé intéressent des articles à prix libres? — R. Oui, autant que je sache, tous ces articles se vendent à prix libres.

D. Donc, en matière d'articles à prix non fixés, la concurrence tournerait au grand avantage du public en ce qui concerne les prix. Est-ce exact? — R. Oui, c'est je pense une supposition légitime.

D. Toutefois, sous le régime de la fixation des prix, n'est-ce pas le fabricant qui établit les prix sur lesquels la concurrence n'a pas de prise? — R. Il doit affronter la concurrence des prix fixés par ses rivaux, sans quoi il ne pourrait écouler sa production. Dans de telles circonstances, comment réussirait-il à se maintenir si ses prix n'étaient pas des prix de concurrence ou du moins ne l'étaient pas raisonnablement?

Je ne saurais vous donner la valeur exacte en dollars et en cents des chiffres comparés, mais j'affirme que le fabricant doit pouvoir soutenir la concurrence de ces prix ou se retirer des affaires.

D. Puis-je légitimement conclure de votre mémoire que la réclame et la fixation des prix de revente permettent au fabricant d'établir ses produits dans la confiance du public? — R. C'est ce qu'il vise.

D. Est-ce qu'il y réussit? — R. Oui. Toute réclame vise à obtenir l'approbation du public, qu'il s'agisse d'une boîte de soupe ou d'une automobile.

D. A votre avis, tous les fabricants désirent-ils gagner le public à leurs produits? — R. Oui, monsieur.

D. Alors, pourquoi tous les fabricants n'adoptent-ils pas la fixation des prix de revente? — R. Ma foi, c'est là une très vieille histoire. Il y a des fabricants dont les affaires se sont étendues au point qu'ils ont un intérêt dans l'industrie et deux à trois cents employés peut-être à payer chaque samedi. Ils sont arrivés à fixer un prix que le consommateur consent à payer, qui laisse au détaillant une marge raisonnable de bénéfices et qui convient au fabricant lui-même. Pour exister, les autres fabricants doivent surtout compter sur leur habileté à vendre meilleur marché que les premiers, en rognant autant qu'ils le peuvent.

Le petit fabricant qui se mettrait maintenant à construire une automobile n'aurait-il pas de difficulté à soutenir la concurrence de la Ford Motor Company

ou de la General Motors et n'en serait-il pas à peu près réduit à faire une voiture meilleur marché? Voilà ce qui s'est passé réellement dans les affaires.

Au cours de mes vingt ans d'expérience, j'ai vu nombre de petites entreprises ne faire valoir d'abord que leurs "prix" puis recourir ensuite à la réclame pour se mieux faire connaître du public et aboutir à la fixation des prix de revente, une fois qu'elles avaient pris de l'ampleur, acquis un intérêt dans l'industrie et une certaine importance.

D. Le fabricant qui se propose de gagner la confiance du public tendrait donc vers la fixation des prix de revente? — R. En définitive oui, c'est un fait.

D. Comment expliquer alors qu'un gros fabricant connu d'un bout à l'autre du pays, comme Proctor & Gamble refuse, si je comprends bien, d'adopter la fixation des prix de revente? Comment d'après vous, envisage-t-il le marché? — R. Je crois que Proctor & Gamble s'est acquis une telle réputation au moyen de la réclame que le consommateur exigera ses produits.

D. N'avez-vous pas dit justement que le fabricant qui fixe les prix de ses produits cherche à se gagner la confiance du public pour qu'il exige ses denrées? — R. Parfaitement.

D. Comment Proctor & Gamble fait-il pour obtenir cette confiance, sans la fixation des prix de revente? — R. Je ne peux, j'imagine, y répondre.

D. Bien. Il y a autre chose qui m'intéresse et qui peut aussi intéresser les membres du Comité: ne m'avez-vous pas dit que certains de vos détaillants vendaient à tempérament? — R. Oui.

D. Supposons que deux acheteurs se présentent en même temps chez un bijoutier. A veut acheter au comptant, B à tempérament. L'article qu'ils désirent étant à prix fixe, A et B le payeront le même prix. La vente faite à B entraîne des frais obligatoires. Comment motiver un régime qui empêche le détaillant d'accorder à A qui paie comptant une partie au moins des bénéfices qui lui viennent du fait que cette vente n'entraîne pas de frais de crédit? Qu'avez-vous à dire pour justifier ce régime? — R. Vous venez de soulever un point très intéressant. Dans la bijouterie, il y a naturellement des bijoutiers qui vendent au comptant et d'autres qui s'appellent eux-mêmes les bijoutiers qui vendent à crédit. Pour être franc, je pense que le consommateur qui veut acheter à crédit se rendra dans une bijouterie qui vend à crédit s'il veut obtenir des conditions satisfaisantes. Les gens qui ne veulent pas payer cher au comptant iront acheter, je suppose, chez ceux qui annoncent des aubaines.

Le détaillant qui vend à crédit vous dira, si vous en discutez avec lui, qu'il s'agit tout simplement d'un service au public. Certains magasins font, par exemple, la livraison. Vous êtes-vous jamais élevés contre les frais découlant de véhicules qui parcourent toute la ville pour assurer les livraisons? Avez-vous jamais protesté contre les dépenses relatives au fonctionnement des escaliers roulants ou à l'installation de cabinets de toilettes pour les femmes ou contre toutes les autres dépenses qu'entraîne l'exploitation d'un magasin ordinaire?

Le détaillant qui vend à crédit déclare n'avoir ni ascenseur, ni portier, ni service de livraison, mais il dit au public: Voilà le service que je vous offre, voilà de quelle manière je fais face à l'énorme concurrence qui affecte tant d'autres formes. Nous vendons à crédit au même prix qu'au comptant. Il fera donc valoir qu'il rend service au public.

D. Autre hypothèse. Supposons que deux acheteurs pénètrent ensemble dans le même magasin; l'un veut payer comptant, l'autre acheter à crédit. Comment

motivez-vous un régime qui lie les mains du détaillant et l'empêche de faire bénéficier d'une partie de ces frais de service l'acheteur au comptant? Pouvez-vous justifier ce régime? — R. Non, je ne peux pas, non plus, je crois, qu'aucun détaillant au pays. Je crois que le détaillant s'entend lui-même avec tout client qui entre dans son magasin. Si le client réclame une remise, règle générale le détaillant y consent plutôt que de perdre une vente.

Le PRÉSIDENT: Je me demande comment il pourra agir ainsi sous le régime de la fixation des prix? Comment s'y prendra-t-il pour accorder cette remise?

Le TÉMOIN: La fixation des prix est une chose bizarre. Prenons par exemple le cas de l'automobiliste qui veut céder sa voiture pour en acheter une neuve. Mettons qu'il désire acheter une voiture Ford se vendant $2,300. En consultant divers vendeurs, l'acheteur éventuel constatera que la valeur de reprise de sa voiture usagée donne lieu à des écarts de prix de $200 ou de $300.

Le PRÉSIDENT: Un autre témoin nous a déjà clairement expliqué cela, je pense.

Le TÉMOIN: Selon moi c'est exact. Les voitures donnent lieu à toutes sortes de transactions.

L'hon. M. Garson:

D. En va-t-il de même pour la bijouterie? — R. Oui. N'avez-vous pas vu des réclames portant sur la vente annuelle de montres contre reprise. Les fabricants conviendront qu'il y a lieu de pousser un peu les ventes, les affaires étant plutôt calmes. Ils autoriseront les détaillants d'organiser une vente de montres et d'accorder une généreuse allocation de reprise, laquelle variera cependant d'un magasin à l'autre.

L'hon. M. BEAUBIEN (co-président): Cela ne répond pas à la question. Certains de vos produits sont à prix fixes. Mettons que la montre à mon poignet coûte $26. — R. Oui.

D. Voici, je suis marchand détaillant et un client veut acheter une montre dont le prix est fixé à $26. Vient ensuite une autre personne qui demande une remise contre paiement comptant. Dans ce cas, que feriez-vous? — R. Si, achetant chez moi au comptant, vous réclamez une remise de 6 p. 100, je serais vraiment stupide de vous la refuser, même si la fixation des prix est en vigueur. Il n'y a pas de mal à couper les prix, mais à le crier sur les toits. Un commerçant peut accorder une généreuse allocation de reprise. Le fabricant n'envoie personne chez moi pour voir comment je mène mes affaires. Ce qui est répréhensible, je pense, c'est d'annoncer, par exemple, une remise de 15 p. 100.

M. Phelan:

D. Je suis d'avis que le détaillant qui a recours à cette pratique abolit lui-même la fixation des prix. — R. C'est peut-être vrai. Il ne s'agit pas d'un régime rigoureux. Personne ne surveille le détaillant pour voir s'il accorde ou non une remise de 6 p. 100 sur les ventes au comptant.

D. Dans ces conditions, pourquoi ne pas accorder une remise de 60 p. 100? — R. Le détaillant aurait alors plus de difficulté à en supporter les frais.

M. HEES: Oui, et à se maintenir dans les affaires.

Le TÉMOIN: En effet.

M. Phelan:

D. Si j'ai bien compris votre mémoire, vous avez exprimé la crainte que l'abolition de la fixation des prix de revente ne porte atteinte au détaillant indépendant et ne le contraigne à se retirer des affaires. — R. Vous dépassez un peu

ma pensée. Nous craignons qu'elle n'engendre des perturbations dans le commerce de la bijouterie.

D. Permettez-moi de vous citer quelques chiffres émanés du Bureau fédéral de la statistique. Vu ce que vous m'avez dit au sujet de la fixation des prix de revente dans la bijouterie, ne pourrait-on légitimement établir une comparaison avec l'épicerie où la fixation des prix de revente, selon les témoignages, porterait sur moins d'un pour cent du commerce.

Le ministère a fourni une compilation des ventes totales effectuées par les magasins indépendants et ceux à succursales multiples en 1930, 1941 et 1950. Dans la bijouterie où l'on s'en tient à la fixation des prix de revente, la statistique indique qu'en 1930 76.8 p. 100 du volume global des transactions intervenues dans ce domaine d'un bout à l'autre du pays étaient allés aux détaillants indépendants et 23.2 p. 100, aux magasins à succursales multiples. En 1941, les détaillants indédépendants n'ont obtenu que 78.8 p. 100 contre 29.2 p. 100 pour les magasins à succursales multiples. En 1950, les détaillants indépendants n'ont eu que 60.1 p. 100 contre 38.9 p. 100 pour les magasins à succursales multiples. Donc, au cours de ces vingt ans, le volume des ventes des magasins à succursales multiples avait augmenté de 15.7 p. 100, dans un domaine où la fixation des prix est largement appliquée.

Laissez-moi maintenant vous signaler ce qui s'est passé dans l'épicerie où la fixation des prix est inexistante. En 1931, le volume des affaires se répartissait ainsi: 70.6 p. 100 pour les détaillants indépendants et 29.4 p. 100 pour les magasins à succursales multiples. En 1941, il était de 69.6 p. 100 pour les magasins indépendants et de 30.4 p. 100 pour les magasins à succursales multiples. En 1950 il s'établissait à 64.2 p. 100 pour les magasins indépendants et à 35.8 p. 100 pour les magasins à succursales multiples. Dans l'épicerie donc où les articles à prix fixes sont peu nombreux, les détaillants indépendants n'ont perdu que 6.4 p. 100 du volume des transactions commerciales contre 15.7 dans le commerce de la bijouterie. Vous plairait-il de commenter ces chiffres? — R. Je doute fort de pouvoir le faire.

D. Bien. — R. Il est possible que dans le commerce des bijoux, le nombre des magasins indépendants se soit largement accru depuis la guerre en raison du fait que nous avons formé une foule d'horlogers qui ont ensuite ouvert leur propre commerce par tout le pays. Leur volume d'affaires est peut-être plus important du fait que les magasins à succursales multiples vendant à crédit n'étaient pas aussi nombreux que dans l'épicerie. Ils ont atteint un certain volume d'affaires mais ne peuvent peut-être pas le dépasser de beaucoup. Entre-temps, ils ont pu ouvrir de 10 à 15 p. 100 plus de magasins.

D. Ne vous paraît-il pas significatif qu'une comparaison de ces deux commerces et de leur volume respectif de transactions tombant sous le régime de la fixation des prix de revente fasse ressortir que les pertes de la bijouterie du point de vue du volume des affaires ont été deux fois et demie plus fortes que celles de l'épicerie? — Je ne peux pas apprécier la valeur des chiffres que vous citez.

M. HEES: Monsieur le président, les membres du Comité ne pourraient-ils pas commencer à poser leurs questions. Tout ce débat est très intéressant, mais le temps dont nous disposons n'est pas illimité.

Le PRÉSIDENT: Les membres du Comité qui ont participé si activement à la phase initiale de la discussion d'aujourd'hui auront peut-être à en souffrir maintenant.

M. PHELAN: J'éprouve toujours quelque gêne, monsieur le président, car il me semble qu'en posant mes questions j'empiète sur le temps réservé aux membres du Comité. Puis-je poser encore une question?

L'hon. M. GARSON: Combien de questions vous reste-t-il encore à poser, monsieur Phelan?

M. PHELAN: Une seule.

M. Phelan:

D. D'après vous, quelle place le détaillant devrait-il occuper dans la collectivité? Devrait-il jouer le rôle de conseiller de l'acheteur, de gardien des intérêts du consommateur ou simplement de distributeur des produits du fabricant? — R. Je ne répondrai pas à cette question. Le bijoutier fait des affaires dans son propre intérêt pour gagner de l'argent. Il doit payer ses factures, le fabricant ou le grossiste; sinon, il ne restera pas très longtemps dans les affaires. Il est au service du public, c'est exact, mais il désire aussi gagner de l'argent.

D. Je comprends, mais je vous demande de me dire quels sont les services que le consommateur peut raisonnablement attendre de lui. Je constate qu'à la page 3 de votre mémoire, vous insistez sur le fait que le public connaît peu vos articles d'où l'importance pour lui d'avoir l'avis de spécialistes. — R. C'est exact.

D. Le détaillant offrirait donc ce service et en exigerait le prix? — R. Oui.

D. D'après vous, ce sont ses services qu'il fait payer et il devrait en être ainsi dans tout le commerce? Permettez-moi de commenter ce point en m'appuyant sur une publication de l'American Fair Trade Council, organisme qui ne devrait pas, je suppose, avoir de préjugés contre la fixation des prix de revente? — R. Pas que je sache.

D. Je vais vous lire un extrait du journal intitulé *A Fair Trade Manual for Management*:

> De nos jours la vente d'articles de marque, en tant que distincte de l'ancienne méthode qui consistait à vendre des produits en vrac, est, par essence, une transaction entre deux principaux intéressés, le fabricant et le consommateur. Le fabricant réussit pour sa part à faire une grande partie de la vente. Il emballe ses marchandises, fixe ses conditions, normalise ses produits, s'en porte garant, est légalement responsable de leur qualité et leur fait de la réclame en concurrence avec ses rivaux qui fabriquent des articles similaires.

Acceptez-vous cette conclusion? — R. J'ai lu les publications intéressant le commerce dit loyal et j'admets que c'est là le ton de ces écrits. Revenant aux affaires elles-mêmes, je prétends qu'elle ne se traitent pas en circuit aussi fermé ni aussi ouvert qu'on l'a dit. En dernière analyse le petit détaillant joue un rôle tout aussi important dans la transaction.

M. Shaw:

D. Monsieur Leach, êtes-vous le directeur général de l'Association des bijoutiers canadiens? — R. Oui, monsieur.

D. A ce titre n'avez-vous pas beaucoup voyagé? — R. Oui.

D. Vous connaissez donc les diverses fabriques de montres du Canada? — R. Il n'y a qu'une seule fabrique d'horlogerie au Canada, celle de la Western Clock Company à Peterborough; tout le reste vient de l'importation.

D. Songeons aussi aux sociétés qui fournissent les montres aux détaillants; n'êtes-vous pas bien au courant de leur exploitation? — R. Autant que quiconque peut l'être dans ma situation.

D. Avez-vous eu connaissance qu'un prétendu fabricant ou distributeur ait demandé au détaillant de signer un contrat avant de lui fournir ses produits? — R. Autant que je sache, il n'y en a pas dans l'horlogerie. Certaines sociétés octroient des concessions; c'est le cas d'une fabrique de plumes et d'une société d'orfèvrerie.

D. Je ne nommerai pas la société en cause ni non plus un produit très bien connu.

M. CROLL: Le témoin ne parle pas de concessions.

Le TÉMOIN: D'après moi, les deux termes seraient synonymes.

M. Shaw:

D. Avez-vous eu connaissance qu'un détaillant ait eu à passer un contrat avec le distributeur ou le fabricant en lui garantissant qu'il ne vendra pas son produit au-dessous du prix de catalogue? — R. Non, monsieur.

D. Voici pourtant ce que m'écrit un détaillant qui a vendu des bijoux pendant près de trente ans: "Pour pouvoir vendre ses montres il faut l'assurer par contrat qu'elles ne seront jamais vendues à rabais. Je vends ses produits depuis des années et j'ai actuellement une grande quantité de montres en magasin". Vous ne connaissez rien à ce genre de contrat? — R. Non, monsieur. Je savais qu'une telle entente existait mais je croyais qu'il s'agissait d'une entente verbale.

D. Une telle entente peut donc exister? — R. Oui, elle le peut.

D. L'auteur de la lettre poursuit: "Par conséquent, au cours des années en cause, nous avons accumulé des montres qui ne se vendent pas à cause du modèle périmé. Nous ne pouvons en réduire le prix pour les écouler; nous devons donc les garder indéfiniment s'il n'en tient qu'au fabricant. Si je vends une de ces montres en accordant une remise et qu'il le sache, je ne pourrai plus obtenir ses produits". Vous n'êtes pas au courant de ces procédés? — R. Vous en avez assez dit, je pense, pour me faire comprendre que vous visez la société à laquelle je songe aussi.

D. Je ne vois pas d'inconvénient à la nommer. — R. Cette société est le plus gros détaillant qui ait l'idée de vendre des montres contre reprise; c'est sa manière à elle d'accorder une bonne remise au consommateur lorsque dorment sur ses tablettes une foule d'articles qu'elle ne peut écouler.

D. Le détaillant qui m'a écrit prétend ne pouvoir écouler de vieux modèles parce qu'il ne peut en réduire le prix. — R. Je ne partage pas son avis.

D. Savez-vous quelles sont les dispositions financières arrêtées entre le détaillant et le fournisseur? Règle générale, le détaillant ne doit-il pas payer comptant? — R. Sûrement pas. A ce propos, je voulais justement attaquer le rapport MacQuarrie. Le comité MacQuarrie prétend que le fabricant n'a aucun intérêt dans le commerce de détail; or je soutiens qu'il y a un très grand intérêt. Il encourage le détaillant en lui disant qu'il peut vendre une montre de $75 moyennant un versement mensuel de $7 sans nuire à ses intérêts, qu'il faut vendre à crédit pour faire des affaires et que s'il accorde au consommateur un délai de paiement de dix mois, lui, le fabricant lui consentira le même délai.

D. Mon correspondant écrit encore: "De fait, je pense à organiser une vente qui aura lieu en décembre afin d'écouler des articles que j'aurais dû vendre l'été dernier si la situation ne m'en avait point empêché. Mes créanciers me contraignent à les écouler maintenant, sinon je devrai leur demander un nouveau délai ce qu'ils ne pourront m'accorder à cause des nouvelles dispositions relatives au crédit adoptées le printemps dernier par le gouvernement". Par créanciers, entend-il ses fournisseurs? — R. Je le pense.

D. Il écrit: "Mes créanciers me forcent à les écouler maintenant sinon je serai contraint de leur demander un nouveau délai ce qu'ils ne pourront m'accorder à cause des nouvelles dispositions relatives au crédit adoptées le printemps dernier par le gouvernement. Depuis les banques ont cessé d'accorder des crédits et elles ne peuvent aider au financement des entreprises comme elles l'auraient fait en d'autres circonstances. Comme les fabricants n'ont que trente jours pour acquitter la taxe de 35 p. 100, ce qui pour eux représente un montant considérable, ils ne peuvent donc aider les détaillants. Tout le monde en souffre." De plus, il m'a confié que le fournisseur le pressurait afin qu'il acquittât sa dette. — R. Monsieur Shaw, je crois que votre correspondant est un très honnête homme. J'entends tous les jours la même histoire.

D. Je comprends que la pression s'exerce probablement aussi sur le fournisseur, mais si celui-ci contraint le détaillant à s'en tenir au prix fixé, il lui rend la tâche doublement impossible. — R. D'accord. Si vous poussez suffisamment votre analyse vous constaterez, je pense, qu'il croit à la fixation des prix de revente.

D. Encore une question, directe celle-ci. Si le détaillant songe à renoncer à une partie de ses bénéfices propres parce que la faillite le guette ou que la situation l'exige, ne croyez-vous pas qu'on devrait lui permettre de diminuer sa marge de bénéfices pour assurer son maintien dans les affaires? — R. Certainement, le bon sens le conseille. Cela se produit tous les jours. Les détaillants qui sont dans une situation difficile coupent les prix et les fabricants doivent fermer les yeux. Ils se disent que le pauvre diable a des articles sur les bras et qu'il doit pouvoir en retirer quelque chose.

D. Mais s'il a signé un contrat, ne risque-t-il pas justement à cause de cela de perdre son fournisseur? — R. Je suis de votre avis, mais je ne pense pas que le fabricant perde un trop grand nombre de ses clients. De toute façon, il les retrouvera plus tard.

M. Fulton:

D. De ce que vous venez de dire à M. Shaw au sujet des remises ne peut-on conclure que votre thèse est en réalité la suivante: La fixation des prix, souhaitable en principe et donnant de bons résultats quand elle est appliquée, peut maintenant être mise de côté lorsque la nécessité l'exige sans qu'intervienne une loi, aucune loi?

D. Sans risque de sanctions, c'est exact. Je sais que c'est ce qui arrive. Le fabricant se tord les mains d'impatience en se disant que le commerce de la bijouterie connaît actuellement au Canada une bien mauvaise passe et que la guerre des prix, née du désespoir, fait rage partout."

D. Puisque vous estimez qu'on peut réduire les prix lorsque la nécessité l'exige sans qu'une loi rende la fixation des prix de revente illégale, doutez-vous qu'une telle loi s'impose? Votre thèse incline-t-elle dans ce sens? — R. Parfaitement. Le consommateur peut choisir ce qu'il achète et lorsqu'un détaillant se trouve dans l'embarras il a le droit de vendre au rabais, ce qu'il fait.

L'hon. M. BEAUBIEN (président conjoint): Pourquoi alors la fixation des prix?

Le TÉMOIN: Parce que c'est une bonne façon méthodique de faire des affaires. Elle est préférable. Dans notre pays, les commerçants de toutes catégories étaient plus heureux lorsque le public avait de l'argent à dépenser, que la fiscalité était faible et que les consommateurs achetaient à leur gré. Nous sommes actuellement en état de crise.

Le PRÉSIDENT: Dans la bijouterie les taxes étaient plus élevées il y a cinq ans.

Le TÉMOIN: Le mode de perception diffère. L'acheteur acquittait alors la taxe d'achat. Aujourd'hui elle est malheureusement comprise dans notre bilan; chaque mois nous devons verser au gouvernement 35 p. 100 de notre capital.

Le PRÉSIDENT: Il y a aussi, il est vrai, la taxe de vente. Vous affirmez que le détaillant ou le fabricant n'avait pas à faire les frais de cette taxe.

Le TÉMOIN: C'est bien cela. Autrefois une coutume séculaire voulait qu'un détaillant achète une foule d'articles de haute valeur pour arranger quelques étalages dans sa montre. Pour garnir son magasin il doit dépenser $20,000. Il s'agit généralement d'un petit détaillant auquel quelque grossiste ou fabricant tend une main secourable en lui permettant de vendre ses produits et de "le payer au fur et à mesure". C'est là une tradition dans le commerce des bijoux. Le fabricant ou le grossiste tient lieu de banquier. Et puis voilà maintenant que le banquier doit verser au gouvernement 35 p. 100 de son capital.

M. FULTON: Dois-je comprendre que le fabricant est le banquier du bijoutier?

Le TÉMOIN: Du détaillant.

Mme FAIRCLOUGH: N'auriez-vous pas dû dire que le fabricant et le grossiste sont les banquiers du détaillant?

Le TÉMOIN: Oui. Il s'agit là d'une coutume bien établie qui a eu cours pendant plusieurs générations; or nous voici frappés soudainement d'une perte de capital de 35 p. 100 ce qui nuit à la bijouterie.

Le PRÉSIDENT: Allocations familiales, pensions de la vieillesse, pensions d'invalidité.

M. Fulton:

D. Revenons au point où nous en étions tantôt; à savoir qu'on s'écarte du régime de la fixation des prix lorsque la situation l'exige, sans qu'aucune loi soit nécessaire. Partant de là appuierez-vous l'énoncé selon lequel l'adoption d'une loi ne réglerait guère la situation qui semble préoccuper beaucoup de gens, celle de la hausse des prix. — R. Personne n'est contraint d'acheter une Cadillac; la Cadillac tomba-t-elle sous le coup de la fixation des prix de revente, il reste beaucoup de voitures Austin, Chevrolet et Ford.

D. Ne nous avez-vous pas cité des cas où même des articles à prix fixes, comme on les appelle, sont vendus à moindre prix sans que s'impose l'adoption d'une loi. — R. J'en conviens.

Le PRÉSIDENT: Posez votre dernière question, monsieur Fulton.

M. FULTON: Vous avez utilisé une bonne partie de mon temps, monsieur le président.

Le PRÉSIDENT: Vous avez trente secondes.

L'hon. M. BEAUBIEN (président conjoint): J'ai à peine pris une seconde.

M. Fulton:

D. J'ai une question à poser au sujet du rapport MacQuarrie. Sauf erreur, vous auriez dit que le comité MacQuarrie ne vous avait plus rien demandé après la lettre dont vous avez donné lecture. — R. Non, monsieur, mais il s'agit d'une omission de ma part. J'aurais dû prendre conseil d'un avocat, ou me renseigner auprès d'un représentant parlementaire ou de quelque autre personne.

D. Je ne cherche pas à savoir où sont les torts. — R. Je ne veux pas critiquer le comité MacQuarrie. J'ai dit tout simplement que si nous avions su que le comité s'occuperait surtout de la fixation des prix de revente, ce sont les renseignements d'aujourd'hui que nous leur aurions présentés.

D. Pour votre part, savez-vous si d'autres particuliers ou d'autres organismes qui ont soumis des observations au comité MacQuarrie et qui se trouvaient dans votre situation ont présenté le même genre de document avec les mêmes résultats? — R. Je n'en sais rien.

D. Pour votre part? — R. Non — peut-être devrais-je dire — non, je n'en sais rien.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Fulton.

M. Hees:

Monsieur le président, avant de commencer à interroger le témoin et après les observations un peu dures que j'ai faites hier, je saisis cette occasion de féliciter M. Phelan de l'excellente façon dont il a aujourd'hui posé ses questions au témoin.

M. PHELAN: Merci.

D. Monsieur Leach, vous avez parlé de la loi du commerce loyal qui existe aux États-Unis. Auriez-vous la bonté de nous expliquer, si vous le pouvez, en quoi elle consiste, comment elle s'applique aux États-Unis? — R. Autant que je sache, ainsi que je l'ai expliqué, — je serai aussi bref que possible, — le fabricant présente son catalogue de prix au conseil du commerce équitable de l'État, si c'est ainsi qu'on le désigne. Lorsque le conseil juge ces prix convenables, il les approuve. Il délivre un certificat attestant son approbation. Ainsi les prix sont établis. Le fabricant passe, avec le détaillant, un contrat par lequel ce dernier s'engage à vendre la marchandise au prix établi. Parlant de commerce équitable ne perdons pas de vue, mes amis, que celui qui fixe un prix en fonction des règles du commerce équitable se fonde, à cet égard, sur son catalogue de prix; il propose, par exemple, que son produit, quel qu'il puisse être, se vende 79c. En agissant ainsi il s'engage, car il devra le vendre ou accepter de le vendre au prix de 79c. Or il se peut que le lendemain un concurrent établisse son prix à 60c; mais son entente avec le détaillant est que son produit se vendra 79c. et que toute réduction de ce prix lui porterait atteinte. Pour ma part, je prétends bien respectueusement qu'avant de faire savoir au conseil du commerce équitable qu'il a fixé son prix à 79c. le fabricant doit être bien sûr qu'il l'a établi au plus bas niveau possible, car quelqu'un d'autre pourrait encore l'abaisser.

D. Dites-moi maintenant si aux États-Unis ces dispositions éliminent le régime de l'article sacrifié? Je crois que oui. — R. Dans les cas où le détaillant signe un contrat. Dans le cas de Macey's, la plupart des ennuis venaient de ce que ce magasin ne voulait pas signer le certificat en cause d'où obstacle à son approvisionnement en marchandises. Sauf erreur, Macey's a depuis signé le certificat et reçoit à nouveau des marchandises.

D. Croyez-vous qu'ici au Canada ces dispositions résoudraient efficacement le problème que pose la menace de l'article sacrifié? — R. Elles seraient des plus efficaces.

D. Quels résultats donnent-elles aux États-Unis à cet égard? Pouvez-vous nous en dire un mot en vous fondant sur ce que vous avez constaté? — R. Je ne sais rien que par oui-dire, que ce que m'apprennent les publications commerciales que je lis ou les congrès de bijoutiers. Je crois qu'elles sont très bien vues des maisons de commerce américaines solidement établies. Je ne suis pas sûr que la maison Macey's elle en soit très heureuse.

D. Vous êtes toutefois d'avis que ces dispositions seraient applicables dans notre pays? — R. Je le crois.

L'hon. M. BEAUBIEN: La maison Macey's semble-t-elle vouloir accepter ce programme de commerce dit loyal?

Le TÉMOIN: Je ne saurais dire si elle s'est déjà ralliée à ce programme.

L'hon. M. BEAUBIEN: Je crois me rappeler avoir lu dans le journal qu'elle allait signer.

Le TÉMOIN: Je crois que c'est exact.

M. Hees:

D. En votre qualité d'homme d'affaires, croyez-vous que l'adoption d'une loi de commerce équitable de ce genre présenterait des difficultés au Canada? — R. Je n'en vois aucune.

D. Sauf erreur, cela vous étonne de voir que le gouvernement n'ait pas adopté de telles mesures en les rendant applicables à votre propre cas? — R. Laissez-moi vous dire que les milieux du commerce à Toronto n'ont jamais eu à affronter de crise causée par la réduction des prix. Nous ne pensions pas que la chose pût jamais se produire au Canada. Nous viendrons un jour à Ottawa, je ne sais pas exactement quand ce sera; quelles que soient les mesures que le Comité jugera bon d'adopter, nous viendrons demander au gouvernement d'adopter une loi de commerce équitable. En tant que commerçants canadiens, nous estimons de notre devoir de faire connaître notre opinion là-dessus.

L'hon. M. BEAUBIEN: J'espère que vous me pardonnerez, monsieur Hees d'avoir pris une partie de votre temps.

M. HEES: J'en ai été heureux.

M. Croll:

D. Je crois me rappeler vous avoir entendu dire que le bijoutier-détaillant avait obtenu, au cours d'une période de quelques années, un relèvement de sa part de bénéfices. Pouvez-vous nous fournir quelques chiffres correspondants? — R. Je ne crois pas avoir dit cela. Voulez-vous poser à nouveau la question?

D. Le détaillant n'aurait-il pas vu son pourcentage augmenter avec le temps? — R. Non. J'ai parlé de pourcentages moindres.

D. Avez-vous dit plus faibles? — R. Oui. La marge de bénéfices est demeurée la même, malgré l'augmentation des frais de main-d'œuvre, du relèvement des impôts survenus durant la guerre, de la majoration du prix de l'or et de l'argent, toutes dépenses que nous avons dû prendre à notre charge.

D. Pouvez-vous nous citer quelques chiffres à l'appui? — R. Je regrette, mais je ne le puis pas. Mais c'est chose courante dans le commerce, les détaillants ne recueillent pas autant de bénéfices qu'ils le devraient.

D. Dans vos observations n'avez-vous pas parlé de la démocratie en affaires? Cela m'a intéressé. — R. Oui.

D. N'avez-vous pas ensuite dit à M. Shaw que vous étiez au courant du fait que des détaillants signaient des contrats. — R. Oui, monsieur.

D. Par lesquels ils s'engageaient à vendre un article au prix fixé; est-ce exact? — R. Parfaitement.

D. Comment pouvez-vous concilier la démocratie en affaires et les lois établies par des particuliers? — R. Il ne s'agit pas à mon avis de lois imposées par des particuliers. Il s'agit d'un contrat entre un fournisseur et un détaillant. Le détaillant n'est pas contraint de signer. Il est libre d'acheter la marchandise, si cela lui plaît. Le représentant du fabricant offre au détaillant une certaine catégorie de produits, lui en indique le prix et lui propose le contrat à signer avec le fabricant en vue

de la vente desdits articles. Le détaillant est libre d'accepter ou de refuser. S'il conclut un contrat avec une société, il accepte certaines obligations; en abaissant les prix il ne respecte pas son contrat. Mais il n'a pas à signer ce contrat.

D. A votre avis, le bijoutier en question, étant disposé à acheter l'article en cause aux conditions que pose le fabricant, s'engage à n'écouler ce produit que dans les conditions ainsi fixées? — R. Oui. Bien piètre personne celui qui ne respecte pas le contrat qu'il a signé.

D. Si le détaillant n'a pas signé de contrat, qu'advient-il? — R. Cela dépend du fabricant ou de son représentant. Si le détaillant accepte certaines catégories de montres et de bagues et convient de les vendre à tel prix, cette entente constitue son contrat que le fabricant s'attend de lui voir respecter.

D. Et s'il y a rupture de contrat? — D. Dans ce cas le fabricant a toujours déclaré ne pas garder rancune à celui qui ne voulait pas vendre ses produits aux prix fixés ou convenus. Tout ce qu'il réclame, ce sont ses produits, car il s'agit de sa marque de commerce; il y va de son achalandage. Il reprend ses marchandises car le détaillant n'est pas obligé de les garder. Voilà ce qu'en pareil cas propose toujours le fabricant.

D. Croyez-vous que l'on peut alors parler de libre entreprise? — R. Oui, car il existe quantité d'autres produits que le détaillant peut se procurer quand il le voudra.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Croll.

L'hon. M. GARSON: Permettez-moi d'abord de féliciter le témoin de sa franchise. Je crois que le témoin a fait preuve d'une franchise exceptionnelle.

Des VOIX: Très bien!

Le TÉMOIN: Vous êtes trop aimable!

L'hon. M. Garson:

D. Monsieur Leach, vous nous avez dit que 90 p. 100 des montres et 75 p. 100 des diamants étaient assujétis à la fixation des prix... — R. Puis-je formuler une réserve en disant que je songeais aux petits établissements. Je n'ai pas tenu compte des grosses maisons jouissant d'une réputation qui leur est propre. Le petit détaillant non réputé est celui qui, à mon avis, doit s'appuyer sur un produit de marque.

D. Oui. Ne nous avez-vous pas aussi dit que les montres étaient en majeure partie importées, soit dans une proportion de 90 p. 100? — R. Oui, elles sont toutes importées. Au Canada, elles sont tout simplement mises en boîtier. Elles sont d'importation suisse ou américaine.

D. Quelle proportion de diamants serait importée? — R. J'allais répondre que tous les diamants sont taillés en Europe, mais il y a une petite entreprise de taille de diamants à Toronto qui emploie une dizaine de personnes.

D. Ils sont probablement tous importés? — R. Oui.

D. Quel est le pourcentage d'importation relatif à l'argenterie? — Une très grande partie de l'argenterie est fabriquée au Canada. Nous importons certains articles d'Angleterre; bols, plats, plats à entrées, plateaux, etc., mais l'argenterie est dans une très grande mesure fabriquée au Canada.

D. Est-ce que les montres et les diamants importés ne sont pas vendus au Canada par des filiales canadiennes d'entreprises européennes? — Oui, dans certains cas, mais il y a autant d'intermédiaires canadiens que de filiales de sociétés européennes.

Puis-je les nommer afin que le renseignement soit consigné au compte rendu, bien que je ne veuille pas leur faire une grande publicité gratuite.

D. Pour ma part, je n'en vois pas la nécessité. — R. Je les nommerai si cela peut aider. Il s'agit d'une foule de noms familiers que vous connaissez.

D. Nous disions donc que les montres et les diamants importés sont vendus au Canada par des filiales canadiennes de sociétés européennes ou par des intermédiaires canadiens qui les achètent peut-être, dans certains cas, en Europe? — R. Les bijoux sont fabriqués au Canada. Les diamants importés ne sont pas montés; ce sont les bijoutiers canadiens qui font ce travail. Quant aux mouvements de montre, ils viennent de Suisse; on change quelquefois les boîtiers et on met les mouvements dans des boîtiers canadiens. Pour introduire de la variété dans une série de montres, on achète diverses sortes de boîtiers.

D. Ce sont ces sociétés de vente, qu'elles soient filiales de sociétés étrangères ou qu'elles soient purement canadiennes, qui fixent les prix des montres et des diamants vendus au Canada? — R. Oui.

D. Quelle est la majoration applicable aux montres? Le bénéfice réalisé par le détaillant? — R. Il m'est difficile de répondre à cette question. Sachant que vous la poseriez, je suis allé aux renseignements. Ce bénéfice varie malheureusement beaucoup.

D. Quel serait le pourcentage minimum et le pourcentage maximum? — R. Je dirais que, pour certaines montres, le détaillant obtient un bénéfice de 10 p. 100, alors que, sur certaines autres, son bénéfice est de 60 p. 100.

D. Ce bénéfice de 10 p. 100 est, dans tous les cas, réalisé sur le prix de vente? — R. Oui.

D. Et dans certains cas, le bénéfice atteint 60 p. 100? — R. Autrefois, les bijoutiers pensaient que le pourcentage de bénéfice réalisé sur le prix de vente des montres devait être satisfaisant, à cause des soins qu'il fallait leur apporter. Le commerçant qui achète une montre et qui la garde en magasin pendant six mois doit la confier au service des réparations pour qu'il la nettoie et la lubrifie, car l'huile sèche. Le marchand doit voir à l'entretien des montres qu'il a en magasin et il doit les régler deux ou trois fois avant de les vendre. Il sera parfois fait appel deux ou trois fois au service des réparations avant que le client soit satisfait.

La marge de bénéfice, sur la vente des montres, a toujours été satisfaisante.

D. Quelle est la proportion des montres vendues au Canada par des filiales canadiennes de sociétés européennes? — R. Je ne peux pas répondre à cela. Le chiffre relatif aux entreprises européennes est infime. Deux ou trois maisons ont des rapports avec des sociétés européennes, mais elles sont essentiellement, j'imagine, des entreprises canadiennes.

D. Vous comprenez ce que j'entends par "filiales canadiennes"? J'entends des sociétés canadiennes dont une bonne partie des actions appartient à des sociétés étrangères. — R. Je ne connais aucune société qui réponde à cette définition. Il y a des sociétés, comme Elgin et Bulova, qui sont des filiales américaines. Il y a ensuite des dépositaires d'articles européens qui font des affaires sous un nom distinct. Ainsi, la société Hatch de Québec vend des montres Omega, mais c'est une société exclusivement canadienne.

A Montréal se trouve la Tavannes Corporation, la Longines-Wittneauer Company, dont le siège est aux États-Unis, mais ce ne sont pas du tout les mêmes sociétés. Il y a enfin les commerçants qui vendent un peu de tout. Prenez, par exemple, une maison comme la Goldsmith Company. Elle vend de l'argenterie, des

montres et des bijoux et elle est dépositaire des produits Waltham et Hamilton. Elle a l'exclusivité des montres Hamilton vendues au Canada, mais c'est une société exclusivement canadienne.

Le PRÉSIDENT: Votre dernière question, monsieur Garson.

L'hon. M. GARSON: J'ai terminé, merci.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Harrison?

M. Harrison:

D. D'autres membres du Comité ont déjà posé un grand nombre des questions que j'avais l'intention de poser. Je ne vais donc pas gaspiller le temps du Comité en y revenant. Cependant, je crois que vous avez déclaré, la première fois que vous avez témoigné, que le temps était mal choisi pour abolir la fixation des prix. Doit-on en déduire qu'il existerait un moment plus approprié pour le faire? — R. Cette déduction est logique, mais je ne crois pas qu'un moment quelconque soit approprié. Étant donnée la situation dans laquelle se trouvent actuellement les détaillants, la suppression de la fixation des prix ouvrirait le champ à la pire guerre des prix que nous ayons connue dans notre existence. Je suis acerbe pour l'instant, mais c'est ainsi que je vois les choses.

D. Si j'ai bien compris, vous avez également déclaré qu'en fin de compte tout serait assujéti à la fixation des prix? — R. J'espère que je n'ai pas dit cela.

D. C'est ce que j'ai compris. — R. J'espère sincèrement que je n'ai pas dit cela, car ce n'est pas ainsi que je conçois la chose. Tant qu'il y aura 25 pages d'annonces dans le *Star* tous les soirs, il n'y aura rien à craindre de ce côté-là.

D. Vous ne pensez pas que la fixation des prix de revente sera un jour générale? — R. Je ne le pense pas.

D. J'ai ici une question qu'on m'a remise. J'espère pouvoir la lire comme il faut. J'y vois qu'aux États-Unis, où la fixation du prix de revente est répandue, le fabricant n'est pas tenu de remettre à quelque service gouvernemental des certificats ayant trait à ses prix?

Le PRÉSIDENT: La sonnerie nous annonce une mise aux voix et j'ai une question à poser.

M. FULTON: Pourrions-nous avoir la réponse à l'autre question?

M. CROLL: Y avez-vous répondu!

Le PRÉSIDENT: M. Phelan m'a signalé qu'à sa connaissance les fabricants américains ne sont pas tenus de faire des déclarations à un bureau approprié du gouvernement. Les prix doivent être portés à la connaissance du public?

Le TÉMOIN: Oui, en les communiquant au conseil du commerce loyal, si c'est bien ainsi qu'on le désigne.

Le président:

D. Ma dernière question concerne ce que vous avez dit au sujet des restrictions imposées au crédit à la consommation. Ce n'est pas que je sois sensible, mais les taxes et le crédit à la consommation sont choses qui me touchent d'assez près. Vous avez dit que c'est en partie à cause de ces restrictions que les petits bijoutiers ont été obligés d'accorder davantage de remises pour paiements comptants et de meilleurs montants pour les reprises? — R. J'espère que je n'ai pas dit cela.

D. Quand vous avez parlé des taxes et des restrictions imposées au crédit à la consommation j'ai cru comprendre qu'elles avaient obligé les fabricants à diminuer leurs prix? — R. Je ne peux vous répondre. Je n'en sais rien.

Le PRÉSIDENT: Comme nous ne reviendrons pas aujourd'hui, j'adresse les remerciements du Comité aux témoins.

Nous nous réunirons à nouveau demain matin, à 10 h. 30.

La séance est levée.

MÉMOIRE DE L'ASSOCIATION DES BIJOUTIERS CANADIENS

soumis au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Novembre 1951.

Association des bijoutiers canadiens,
73 ouest, rue Richmond,
Toronto, Ontario.

1. L'Association des bijoutiers canadiens, organisme servant les intérêts du commerce canadien de la bijouterie, est composée de 1,239 détaillants, 71 associés, 109 fabricants et 130 grossistes; elle groupe 1,762 membres. L'Association a été fondée en 1918 et constituée en corporation en 1921.

INTRODUCTION

2. L'Association des bijoutiers canadiens a saisi, en 1950, l'occasion qui lui a été offerte de présenter un mémoire au comité que présidait le juge J. H. MacQuarrie. Dans son mémoire, l'Association a fait alors savoir qu'elle s'opposait à toute activité commerciale qui pourrait être considérée comme un monopole ou comme une coalition tendant à restreindre le commerce, mais elle se disait convaincue que chaque fabricant devrait conserver le droit de protéger son achalandage en publiant ses prix à la consommation.

Nous sommes heureux d'avoir l'occasion de fournir de nouveaux arguments à l'appui du principe selon lequel la fixation du prix de revente constitue un droit fondamental pour le fabricant.

Prix fixés ou prix libres

3. Dans la bijouterie, comme dans bien d'autres commerces, la marchandise est de deux catégories: à prix fixé et à prix libre. Pour certaines marques de montres, le prix de revente est fixé par le fabricant, mais, pour nombre d'autres, le fabricant ne se soucie pas du prix de détail et c'est le détaillant qui détermine son propre prix de vente.

De même, bien qu'il existe certaines marques de bijoux à prix de revente imposé, il est également vrai que la plupart des bijoux ne sont pas vendus à un prix imposé par le fabricant; dans ce cas, c'est le détaillant qui détermine son propre prix de vente. Le prix de revente de certaines marques d'argenterie de qualité est fixé, mais, par ailleurs, le prix de certaines autres marques de pièces d'argenterie est déterminé par le détaillant.

Nous considérons que l'on n'a pas suffisamment précisé que l'acheteur n'est pas obligé de se procurer des articles à prix imposé, étant donné qu'il existe un grand choix d'articles dont le prix est déterminé par le détaillant. En tant qu'association, nous avons condamné publiquement les pratiques monopolisatrices, mais il est indéniable que le consommateur a le choix entre un nombre suffisant de produits et qu'il n'est pas, partant, obligé d'acheter la marchandise à prix de revente imposé.

La fixation des prix est une garantie de la qualité

4. Le rapport intérimaire du comité MacQuarrie pour l'étude de la législation relative aux coalitions prétend que la fixation du prix de revente n'est pas conforme à l'intérêt public, mais on n'a guère tenu compte des avantages qui découlent de cette pratique et dont le plus important est le maintien de la qualité. Tous les hommes d'affaires, ainsi que les consommateurs savent qu'on offre constamment à "un certain prix" des produits de qualité inférieure. Il est de règle, en affaires, que l'article à prix annoncé et imposé soit en même temps un article de qualité reconnue et maintenue.

La qualité constante et l'identification de la marque de commerce sont des règles particulièrement importantes dans le domaine de la bijouterie, car une grande partie de notre commerce dépend de la confiance du consommateur. Nous reconnaissons que nous vendons des articles d'une très haute valeur intrinsèque, faits de pierres et de métaux précieux, au sujet desquels le public n'a que des connaissances superficielles. La réputation du fabricant et le respect de normes de qualité bien connues font la force du commerce de la bijouterie. La marque du fabricant et l'annonce des prix sont nécessaires pour que le consommateur canadien achète en toute confiance les articles en vente dans les bijouteries.

Tout fabricant doit protéger son achalandage. Cela est particulièrement vrai en ce qui concerne le commerce des bijoux, des montres et de l'argenterie. En effet, le public ne connaissant pas grand'chose aux mécanismes d'horlogerie ni aux pierres et métaux précieux, la marque et le prix demeurent importants dans ce commerce.

Le fabricant doit veiller à ne pas perdre sa clientèle, soit en raison de prix trop élevés, soit par suite d'une concurrence irrégulière et acharnée. Au moyen de la fixation du prix de revente, il assure à l'acheteur que, quel que soit le lieu où il effectue ses achats, il paie le même prix que partout ailleurs. Cela incite le consommateur à rechercher le produit de marque.

L'article sacrifié

5. Bien que le rapport de M. le Juge MacQuarrie condamne la pratique de l'article sacrifié, dans laquelle il voit un procédé favorisant la création de monopoles, il est évident que le plein effet de cette pratique n'a pas été mis en lumière de façon appréciable par le comité MacQuarrie. Des déclarations faites dans les journaux et au Parlement indiquent que certains hommes d'affaires s'inquiètent des répercussions que peut avoir la pratique de l'article sacrifié. Nous signalons respectueusement que seule la fixation du prix de revente par le fabricant peut empêcher une telle pratique.

Tout en reconnaissant que le rapport du comité MacQuarrie renferme certaines conclusions de caractère académique, nous devons signaler que l'homme d'affaires pratique est parfaitement conscient des conséquences que la concurrence entre détaillants peut avoir sur l'établissement des prix.

Il y a lieu de savoir et de comprendre qu'il est de pratique commerciale courante d'accorder un escompte spécial aux marchands qui passent de fortes commandes. Cela donne aux magasins à succursales, aux grands magasins et à tous les acheteurs importants un avantage pécuniaire incontestable. Si la pratique de la fixation du prix de revente n'était pas en vigueur, les gros acheteurs pourraient systématiquement et constamment vendre à plus bas prix que leurs petits concurrents, tout en conservant une marge de bénéfice refusée aux petits acheteurs.

On lit dans le rapport intérimaire du comité MacQuarrie que la fixation du prix de revente protège les incompétents, étant donné que certains marchands

vendraient nécessairement à des prix inférieurs à la moyenne. Nous sommes d'avis que cette façon d'agir est erronée, qu'elle n'est pas fondée sur une conception rationnelle des pratiques commerciales. Elle ne tient nullement compte d'éléments tels que l'emplacement du magasin, l'accès aux sources d'approvisionnement et la commodité des consommateurs. Selon le rapport intérimaire du comité MacQuarrie, la fixation du prix de revente aurait pour objet de protéger les commerçants incompétents. Nous prétendons que c'est là une fausse impression, étant donné que les commerçants incompétents font faillite. Nous parlons au nom de plus de 1,200 petits bijoutiers, installés un peu partout au Canada, qui, compte tenu de l'emplacement de leur boutique et de leurs moyens d'approvisionnement, sont, nous l'affirmons, des commerçants compétents. Le fabricant fixe ses prix afin d'attirer la plus grande clientèle possible et de s'assurer un bon volume de production.

Publicité et Fixation des prix

6. Le fabricant de montres, de bijoux ou de pièces d'argenterie de marque a jugé qu'il avait le droit de faire connaître au public le prix et la qualité de ses produits. Parmi les conditions qu'il impose aux détaillants, il y a celle de ne pas vendre ses produits à un prix inférieur à celui qu'il a fixé.

Il apparaîtra clairement à l'observateur de la situation commerciale au Canada que, si les produits dont le prix est fixé d'un océan à l'autre ne peuvent être vendus au rabais, il ne se passe pas une semaine sans que des aubaines soient offertes au consommateur. Les quotidiens publient constamment des annonces où l'on offre toutes sortes de marchandises à prix réduit. Le fabricant d'articles à prix imposé sait fort bien que de nombreux détaillants ne demanderaient pas mieux que d'offrir périodiquement à prix réduit des articles de marques connues.

Ce n'est qu'en s'en tenant à un programme équitable envers chaque détaillant que le tenant de la fixation du prix de revente peut conserver la faveur du consommateur.

La fixation du prix de revente tend à l'abaissement des prix

7. Deux récents jugements ayant démontré que les pratiques monopolisatrices ne seront pas tolérées au Canada (cause des boulangers de Calgary et des allumières), nous croyons que la concurrence normale, entre fabricants faisant des affaires au Canada, assure au consommateur les plus bas prix. Depuis 1945, les bijoutiers se plaignent de la diminution des marges de bénéfice sur la marchandise à prix imposé. L'augmentation de leur pourcentage de bénéfice à l'égard des articles à prix imposé est, de fait, ce qu'ils réclament le plus couramment.

Certains hommes d'affaires sont d'avis que la suppression de la fixation du prix de revente entraînerait la hausse des prix d'un grand nombre de produits. Il ne nous appartient pas de nous prononcer ici sur les autres branches du commerce, mais il nous semble évident qu'une telle initiative serait de nature à provoquer la hausse plutôt que la baisse des prix d'un grand nombre d'articles de consommation. C'est pourquoi nous croyons que la fixation du prix de revente est à l'avantage et non au détriment du consommateur.

La démocratie dans les affaires

8. Le comité MacQuarrie propose qu'on considère comme délit le fait, pour un fabricant, de refuser d'approvisionner un détaillant qui vend ses produits au rabais. Nous jugeons cette proposition comme extraordinaire et sans précédent. Jusqu'ici, on a toujours reconnu à l'homme d'affaires, dans notre régime démocratique, le droit de vendre ou de refuser de vendre ses produits. Il pouvait refuser de livrer sa

marchandise pour divers motifs: magasin mal situé, commerçant n'offrant pas de garanties suffisantes, pléthore de magasins dans une localité, commerçant négligent et incompétent. Il est cependant impossible d'imaginer qu'un gouvernement puisse même songer à prendre une mesure qui priverait les fabricants de ce droit démocratique fondamental.

Tendance actuelle des affaires

9. D'après les chiffres du Bureau fédéral de la statistique, le commerce de la bijouterie, en septembre 1951, a enregistré une diminution des ventes de 17.6 p. 100 par rapport à septembre 1950. Ce chiffre n'indique pas la diminution réelle des ventes, étant donné qu'au cours de la période courante les prix ont beaucoup augmenté par suite de l'imposition de taxes nouvelles. Il serait plus juste de dire que la diminution a été de 25 ou de 30 p. 100. Outre cette tendance défavorable manifeste, le commerce de la bijouterie est menacé de pénuries de métaux. Dans de nombreuses régions du Canada, les bijouteries effectuent actuellement des ventes aux enchères et des ventes à réduction, ce qui indique que nos commerçants souffrent déjà des difficultés de l'après-guerre. S'il était donné suite aux vœx du comité MacQuarrie, on aurait tôt fait de constater une course à la vente au rabais, ce qui provoquerait de graves désordres dans le commerce et l'industrie de la bijouterie.

Les prix minimums peuvent signifier des salaires minimums. Nous proposons que le Gouvernement approuve le principe de salaires minimums fixés par la législation ouvrière, et cela dans des limites raisonnables. Personne ne trouverait à redire à un prix uniforme, maintenu dans des limites raisonnables. Tous les prix servent en grande partie à assurer des salaires, ce qui veut dire que toute modification arbitraire et injustifiée qui pourrait être apportée au régime normal des prix atteindrait les salariés.

Conclusion

10. En toute déférence pour ceux qui ont fourni des arguments contre la fixation du prix de revente, nous signalons respectueusement qu'il existe une grave confusion quant aux coalitions illégales et le droit qu'a le fabricant de fixer son prix à la consommation. On a laissé entendre à maintes reprises, que les prix sont trop élevés par suite de la fixation du prix de revente, mais ceux qui tirent cette conclusion songent habituellement à quelque monopole ou coalition.

Il convient de répéter que notre association s'oppose aux monopoles et aux coalitions; elle croit que la concurrence est l'essence même du commerce et qu'elle assure au consommateur les prix les plus bas. Nous proposons donc au comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes de ne recommander aucune mesure tant que la question de la détermination des prix n'aura pas fait l'objet d'une étude complète et approfondie. Il faut voir, non seulement à empêcher les pratiques monopolisatrices, mais à proposer l'adoption de lois du loyal commerce en vue de protéger le fabricant et le détaillant qui désirent assurer légitimement au consommateur un service honorable et précieux. Ces lois du loyal commerce devront interdire à jamais la pratique de l'article sacrifié.

Le tout respectueusement soumis par

L'ASSOCIATION DES BIJOUTIERS CANADIENS

Président: M. Hubert Gaucher,
1689 est, rue Mont-Royal,
Montréal.

Directeur général: M. Norman J. Leach,
73 ouest, rue Richmond,
Toronto.

Le 22 novembre 1951.

MÉMOIRE

soumis au

Comité parlementaire mixte pour l'étude de la législation relative aux coalitions.

par

L'ASSOCIATION DES MARCHANDS DÉTAILLANTS DU CANADA

L'Association des marchands détaillants du Canada a été fondée en 1896 et constituée en corporation en 1906 par une loi du Parlement. L'activité de notre association s'étend à toutes les provinces du Canada, à l'exception de Terre-Neuve. Nous avons des bureaux à Vancouver (C.-B.), Edmonton (Alb.), Saskatoon (Sask.), Winnipeg (Man.), Toronto (Ont.), Montréal (P.Q.) et Saint-Jean (N.-B.). Le siège de l'Association se trouve à Montréal et le bureau de la National Foods Division, à Toronto. Nous comptons, à travers le pays, environ 20,000 membres, répartis entre divers commerces: alimentation, habillement, appareils ménagers, services et divers.

L'Association a été fondée et elle est maintenue en vue d'offrir un instrument pour l'étude des questions intéressant toutes les branches du commerce de détail, ainsi que pour la mise au point de programmes ordonnés visant à sauvegarder les intérêts de ses membres et à assurer un traitement équitable à tous ceux qu'elle intéresse: des producteurs, fabricants ou consommateurs.

Nous sommes affiliés à la Canadian Retail Federation. A ce titre, nous avons soumis un exposé d'opinions au comité MacQuarrie le 15 septembre 1950, ainsi qu'on peut le voir à l'appendice A du mémoire de la Canadian Retail Federation. Nos délégués ont ensuite témoigné devant le comité MacQuarrie, le 20 octobre 1950.

Tant dans les déclarations écrites que dans les témoignages oraux que nous avons présentés au Comité, nous avons souligné deux points: la pratique de l'article sacrifié et l'efficacité de la vente au détail. Nous résumons notre point de vue dans le texte ci-dessous.

La pratique de l'article sacrifié

La pratique de l'article sacrifié en vue de faire mousser la vente d'articles faisant l'objet d'une publicité dans tout le pays a eu tendance à se développer au cours des récentes années.

L'expression "article sacrifié" s'entend de l'article qu'on vend à un prix inférieur à ce qu'il a coûté, plus une majoration suffisante pour couvrir les frais d'une bonne distribution.

Cependant, l'avantage que le marchand attend de l'article sacrifié se dissipe bientôt, quand la plupart de ses concurrents s'empressent d'abaisser leurs prix pour se protéger, le bas prix spécial devenant alors le prix régulier. Il en résulte que tous les commerçants sont victimes de la pratique de l'article sacrifié et que les pertes encourues doivent être compensées par des prix anormalement élevés sur les articles à l'égard desquels la concurrence est moins âpre.

Un grand nombre de fabricants, ayant reconnu que le distributeur ultime, le détaillant, a droit à une marge de bénéfice raisonnable, — au moins le prix coûtant plus les frais de bonne distribution, — ont adopté la fixation du prix de revente minimum comme moyen de remédier à la pratique irrationnelle et inéquitable de l'article sacrifié.

Plusieurs de ceux qui se sont abstenus d'établir des prix de revente minimums ont pensé que l'alinéa *c*) du premier paragraphe de l'article 2 de la loi des enquêtes sur les coalitions les en empêchait.

Nous avons toujours soutenu qu'on ne pouvait attacher un tel sens à la loi et la loi projetée vient confirmer le bien-fondé de notre opinion.

Tout en reconnaissant qu'il serait contraire à l'intérêt public d'ajuster les prix de façon à réduire l'effet de concurrence de la vente libre, nous affirmons cependant bien haut qu'il n'est que juste d'assurer au commerçant compétent un bénéfice raisonnable pour les services qu'il rend.

Efficacité de la vente au détail

Notre association n'a jamais cherché à protéger les inaptes. Nous n'avons jamais essayé d'obtenir autre chose qu'un juste bénéfice pour le commerçant compétent. Les chiffres que nous ont fournis les principaux représentants des différentes branches de notre association ainsi que des personnes étrangères à notre association nous ont permis de déterminer les frais d'une bonne exploitation. Par exemple, si l'on s'en rapporte au commerce de l'alimentation, un rapport daté du 23 juin 1951 et présenté par la Loblaw Groceterias Company Limited, maison dont l'efficacité ne peut pas être mise en doute, est significatif. Il montre que les frais généraux ont été de 14.26 p. 100 pour 53 semaines d'exploitation. Si l'on déduit 1.86 p. 100 pour les impôts, il nous reste un chiffre de 12.20 p. 100 pour ce que nous appelons les frais de bonne exploitation.

Des chiffres analogues, à l'appui de notre assertion, pourraient être obtenus d'autres catégories de commerçants. Notre association ne cherche nullement à obtenir des faveurs ou des privilèges spéciaux en matière de législation, mais nous estimons que le commerce de détail étant universellement reconnu comme une activité essentielle, certains droits fondamentaux des détaillants doivent être pleinement protégés, dans l'intérêt de l'économie canadienne tout entière.

Bien que, de prime abord, la mesure proposée semble être conforme à l'intérêt public, sa mise en vigueur sera certainement préjudiciable aux droits fondamentaux du commerce de détail.

Telle était notre façon de voir et l'essence des témoignages écrits et verbaux que nous avons présentés à l'automne de 1950. Nous déclarons respectueusement qu'aucune des conclusions du rapport intérimaire du comité MacQuarrie n'a modifié notre point de vue.

Avec la permission du Comité, nous aimerions montrer que la mesure proposée sera, en fin de compte, préjudiciable au consommateur.

Danger pour le consommateur

L'adoption de la mesure proposée en vue de l'abolition de la fixation du prix de revente minimum portera directement atteinte à la vente ordonnée. Elle provoquera inévitablement un rabaissement généralisé des prix, comme celui qui, au début d'octobre, s'est manifesté dans certaines parties du pays, lorsque la mesure a été annoncée pour la première fois.

Un grand désordre se produirait, non seulement par suite de la réduction des marges de bénéfice accordées aux détaillants, mais en raison de la diminution de l'embauchage. Il y a lieu de noter que les salaires constituent jusqu'à 60 ou 70 p. 100 des frais généraux de certaines catégories de commerces de détail. Il est donc évident que toute réduction importante des prix de détail causerait du chômage.

Un autre aspect du problème en cause serait le retour des faillites et banqueroutes enregistrées lors du ruineux rabaissement des prix des années 30 et qui ont provoqué le chômage et la désorganisation de l'économie nationale.

Le consommateur serait ainsi l'ultime victime d'un régime conçu de bonne foi pour lui venir en aide.

Nous prétendons que le consommateur est la force ultime dans le jeu de la loi de l'offre et de la demande. C'est lui qui a le dernier mot en matière de prix, sauf pour ce qui est des produits absolument essentiels à la vie, et même là il peut exercer une influence sensible.

Il est intéressant de noter que, dans l'établissement du prix d'un article, tout fabricant doit tenir compte du prix d'autres articles semblables produits par d'autres fabricants. Dans ses achats, le consommateur se laisse guider par:

1. son désir de se procurer l'article en cause
2. la marque de fabrique
3. la qualité
4. le prix

On sait que les articles assujétis à la fixation du prix de revente ont toujours été offerts au public sous différentes marques de commerce, d'où nul effet nuisible sur:

a) la concurrence libre

b) le coût de la vie

Si la fixation des prix est nuisible au consommateur, pourquoi, au Canada, les gouvernements fédéral et provinciaux la favorisent-ils en créant des offices de vente qui interdisent légalement aux producteurs:

1. de vendre au-dessous d'un certain prix
2. de s'écarter, pour la vente, de certaines voies déterminées

Nous reconnaissons que ces offices sont établis en vue de protéger des industries de base. Mais, soit dit en toute déférence, le commerce de détail est également une industrie de base; c'est la méthode la plus économique qu'on ait pu trouver jusqu'à présent pour la distribution des denrées.

Il y a lieu d'admettre que la pratique des prix de revente proposés n'a eu aucun effet sur le coût de la vie. Nous avons démontré, croyons-nous, que ni comme but ni comme conséquence, cette pratique ne peut causer des dommages perceptibles à l'économie canadienne.

Au contraire, nous prétendons avoir établi que toute restriction apportée à une telle pratique provoquerait un désordre très dangereux pour notre économie.

Nous prétendons donc, en toute déférence, que le comité parlementaire devrait proposer, dans son rapport, qu'aucune mesure ne soit prise en vue de restreindre la fixation du prix de revente tant que le Parlement ne sera pas disposé à adopter en même temps une mesure restreignant la pratique de l'article sacrifié.

Notre association n'entend pas se porter à la défense de la fixation du prix de revente comme article de son programme, mais plutôt à titre de mesure la plus efficace encore trouvée pour freiner la pratique irrégulière dite de l'article sacrifié.

Conclusion

En terminant, nous proposons respectueusement, au nom de l'Association des marchands détaillants du Canada, que la mesure abolissant la fixation du prix de revente ne soit pas présentée à la présente session du Parlement ni avant que le comité MacQuarrie ait terminé son rapport. En outre, nous demandons respectueuse-

ment mais instamment que votre comité accorde une audience à nos représentants officiels.

Respectueusement soumis,

AU NOM DE L'ASSOCIATION DES MARCHANDS DÉTAILLANTS DU CANADA,

par son *secrétaire national,*

FERNAND BOISSEAU.

354 est, rue Sainte-Catherine (chambre 80),
Montréal.
Le 21 novembre 1951.

MÉMOIRE SOUMIS AU COMITÉ PARLEMENTAIRE POUR L'ÉTUDE DE LA FIXATION DU PRIX DE REVENTE PAR LA CO-OPERATIVE UNION OF CANADA ET LE CONSEIL CANADIEN DE LA COOPÉRATION

1. Le présent mémoire est présenté au nom de la Co-operative Union of Canada et du Conseil canadien de la coopération. Ces deux organismes représentent 1,318 sociétés coopératives réparties dans le Canada tout entier et groupant environ 700,000 membres. Ces sociétés, de genres variés, comprennent des coopératives de production, de consommation et de services.

Il est peut-être intéressant de noter que les deux secteurs du mouvement, à savoir celui de langue française et celui de langue anglaise, ont institué des organismes provinciaux afin de mener à bien leur activité en matière d'éducation et d'avancement. Ces organismes provinciaux sont constitués en fédérations: ce sont les deux organisations nationales qui vous soumettent le présent mémoire.

2. Le 31 août 1950, la Co-operative Union of Canada a présenté un mémoire au comité spécial créé par le Gouvernement du Canada pour étudier la loi des enquêtes sur les coalitions. Dans ce mémoire, nous avons déclaré ce qui suit: "Le mouvement coopératif s'est activement opposé depuis toujours et en tous lieux aux pratiques commerciales restrictives sous toutes leurs formes". Le mouvement a suivi cette ligne de conduite depuis ses débuts, en 1844. Cela d'ailleurs n'est pas étonnant, car notre but essentiel est qu'on assure au prix coûtant de bons services à tous ceux qui en ont besoin, dans l'intérêt du bien-être humain.

En ce qui concerne la suppression des monopoles, la Co-operative Union of Canada a adopté à son congrès de 1950, une résolution dans laquelle elle notait la concentration croissante de la puissance économique au Canada et invitait ses dirigeants à étudier particulièrement:

1. Toute mesure législative ou réglementation administrative ayant pour but de restreindre ou de maîtriser les pratiques monopolisatrices.

Il est également intéressant de noter que l'International Co-operative Alliance, qui groupe les coopératives de trente pays, se livre, depuis des années, à des recherches très complètes en matière de monopoles. Les résultats de ses recherches sont publiés dans une revue trimestrielle intitulée *Cartel* et consacrée à l'évolution des monopoles dans le monde, ainsi qu'à la protection des consommateurs.

3. Dans le mémoire que nous avons présenté au comité spécial, nous indiquions plusieurs pratiques monopolisatrices parmi les plus graves qui ont été instituées au Canada ces dernières années. Nous notions, entre autres, la fixation du prix de revente, objet de votre étude. Le comité Lloyd Jacob a partagé nos inquiétudes

au sujet des effets nuisibles de cette pratique commerciale. Voici ce qu'il a dit dans son rapport:

> Les systèmes de fixation collective des prix nous semblent avoir entraîné la réglementation générale de la concurrence dans les commerces de distribution, nui à la mise en œuvre de méthodes de vente économiques et empêché la réduction des frais de distribution et des prix. Les associations de commerçants conçues en vue de faire observer, grâce à leur puissance collective, les prix établis par leurs membres sont indésirables, à notre avis. (Paragraphe 166, Report of the Committee on Resale Price Maintenance, Royaume-Uni, 1949.)

4. Dans la régie de leurs coopératives et la mise au point d'un programme coopératif canadien, les consommateurs que nous représentons rencontrent des difficultés et des déceptions. Il est manifeste que les coopératives de consommation ne sauraient fonctionner avec succès si elles sont privées du libre accès aux marchandises. Mais nous savons d'expérience qu'on nous prive de ce droit du fait de notre méthode qui consiste, au moyen de la ristourne, à nous acheter des marchandises au prix coûtant.

Les coopératives sont donc vivement inquiètes au sujet de la partie de la mesure projetée qui concerne le refus de vendre ou de fournir des marchandises, c'est-à-dire le troisième paragraphe de l'article 37A.

Bien que, d'habitude, les coopératives vendent à leurs membres au prix courant, elles leur accordent, à la fin de l'année, des ristournes proportionnelles à leurs achats. Cependant, nombre de fabricants estiment que le paiement éventuel de ristournes constitue une grave infraction au principe, par eux adopté, de la fixation du prix de revente.

Pour qu'elles puissent s'en tenir à leur principe fondamental de la vente au prix coûtant, il est donc nécessaire que les coopératives aient toute liberté de s'approvisionner en dépit des exigences de la fixation du prix de revente.

Le projet de loi que le comité étudie en ce moment a pour objet d'assurer la distribution des denrées sans que les personnes à qui ces denrées sont fournies soient tenues de participer à une entente visant la fixation des prix. Les coopératives approuvent donc le principe dont la mesure s'inspire. Toutefois, en examinant les dispositions précises des modifications qu'on se propose d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions, nous constatons qu'elles ne peuvent assurer une protection suffisante aux coopératives.

Les alinéas *a*) et *b*) du paragraphe 3 ne prévoient pas le cas où un distributeur ou un détaillant verse une ristourne à ses clients. Sous sa forme actuelle, cette disposition interdit à un vendeur de refuser de fournir des approvisionnements sous prétexte que l'acheteur ne consent pas à les revendre à prix fixé mais elle n'empêche pas le vendeur d'opposer ce même refus quand l'acheteur verse une ristourne. Or cette interdiction serait nécessaire pour aider les coopératives à se procurer des denrées. Il se peut qu'une coopérative n'ait pas refusé de vendre des produits à un prix déterminé mais qu'on ait quand même refusé de l'approvisionner à cause de la ristourne qu'elle verse à sa clientèle.

A la lumière de l'expérience acquise par les coopératives, nous réclamons la modification de l'article projeté par l'addition, à titre de paragraphe 3 *c*), d'une disposition conçue à peu près dans les termes suivants:

> Nul marchand ne doit refuser de vendre ou de fournir un article ou un produit à une autre personne pour le motif que celle-ci

c) a revendu, a offert en revente, ou se propose de revendre ou d'offrir en revente ledit article ou produit, sous prétexte que le client a droit à une ristourne à l'égard de cet article ou produit.

5. Tout en reconnaissant qu'une disposition de ce genre aiderait les coopératives à s'approvisionner, nous tenons à signaler que, à notre avis, d'autres mesures importantes sont nécessaires pour enrayer les pratiques commerciales restrictives.

Le prétexte des ristournes n'est pas le seul que les fabricants et les intermédiaires invoquent pour refuser d'approvisionner les coopératives. Certains d'entre eux voient en elles des organismes socialisants; d'autres supposent, à tort, qu'elles ne paient pas d'impôts. Il y en a d'autres qui, tout simplement, ne les aiment pas. Les refus, fondés sur d'aussi futiles prétextes, nuisent aux coopératives et font tort à la véritable liberté de l'entreprise.

Le Syndicat des coopératives de même que le Conseil, tout en approuvant l'objet de la mesure projetée et tout en réclamant la modification exposée ci-dessus, estiment que le projet de loi ne va pas assez loin. Il faudrait pousser plus loin la lutte contre les pratiques commerciales restrictives. Nous voulons donc soumettre à l'examen et à la considération du comité une proposition d'ordre général qui pourrait être intégrée, à titre d'amendement, à la loi des enquêtes sur les coalitions. Nous estimons que cette proposition, qui porte sur un aspect capital du problème et mérite toute notre attention, pourrait, si on prenait les précautions voulues, être incorporée à la loi.

En quelques mots, en voici la teneur. Nous demandons qu'aucun marchand ne puisse refuser de vendre un article ou un produit au prix établi, contre argent comptant ou l'équivalent, à une personne qui se livre à un commerce légitime et se conforme aux pratiques commerciales reconnues. Dans le cas de refus, ladite personne aurait le droit de demander au commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions de faire enquête.

6. On a dit que la fixation des prix offre aux coopératives de consommateurs une protection qui leur permet de continuer de s'étendre et de progresser. C'est peut-être vrai, jusqu'à un certain point. Notre mouvement, cependant, dont l'unique but est de servir le public, n'entend pas transiger avec les monopoles. Il se réclame plutôt du principe dont la mesure projetée s'inspire. Du reste, il se peut que l'interdiction de fixer les prix de revente soit suivie d'une période d'instabilité des prix qui embarrassera tout autant les coopératives que les autres entreprises de commerce. Néanmoins, nos membres estiment qu'ils doivent être prêts, dans l'intérêt général des consommateurs, à faire face à cette menace et à la surmonter au moyen d'une administration plus efficace.

7. A la page 31, volume I, du Rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix, de 1949, on expose clairement une importante conséquence de la fixation des prix de revente, dans les termes suivants:

> "La fixation des prix de revente, comme toutes les autres méthodes de restriction de la concurrence, offre apparemment au manufacturier et au distributeur le moyen de mettre fin à la lutte perpétuelle qu'il leur faut livrer pour triompher des durs obstacles d'un marché libre. Mais, leur solution est illusoire, pensons-nous. Non seulement elle tarit l'esprit d'initiative dont s'alimente toute vie industrielle et commerciale normale, mais elle prive le consommateur de son droit de rechercher et d'encourager le distributeur le plus compétent, en particulier celui qui, à la longue, finit par offrir en vente des marchandises à des prix inférieurs à ceux de ses rivaux."

Le rapport de la Commission royale d'enquête de 1950 sur le coût de la vie à Terre-Neuve déclare que, pour ce qui est du coût de la vie dans cette province, les conclusions auxquelles en est venue la Commission sont à peu près analogues à celles qu'expose la Commission royale d'enquête sur les prix dans le passage qui vient d'être cité.

8. Une autre considération, plus importante encore que la réduction des prix pour le bien général des consommateurs, nous pousse à rendre témoignage devant le comité. N'est-il pas inquétant de constater que les peines imposées aux détaillants par les manufacturiers, avertissements, amendes, suppression de l'escompte et refus de livraison, parce qu'ils ont abaissé leurs prix au-dessous du minimum fixé, équivalent à un régime privé de droit qui, de fait, échappe à la compétence des tribunaux?

Cette pratique et d'autres manœuvres monopolisatrices tendent à la création de gouvernements commerciaux particuliers qui ne sont nullement responsables envers la collectivité, qui exercent une influence peut-être nuisible à l'efficacité commerciale et incompatible avec les buts visés par le Gouvernement et qui, dans beaucoup de pays, peuvent s'opposer, en principe, au progrès social.

9. Avant de clore ce mémoire, nous tenons à débattre deux arguments souvent invoqués par les tenants de la fixation des prix de revente.

On a fait grand état de la menace que le marché libre représenterait pour le petit détaillant dont le volume des ventes diminuerait à cause de la concurrence d'établissements mieux administrés et plus puissants. La sécurité actuelle du petit détaillant nous semble plus apparente que réelle, surtout dans les domaines où la marge de bénéfices est très étendue. C'est un fait que, quand les approvisionnements sont suffisants, ces domaines sont envahis et encombrés par beaucoup de petits exploitants sans expérience qui cherchent refuge à l'abri du régime de fixation des prix de revente. Les bénéfices sont en conséquence répartis entre un grand nombre de vendeurs et le marchand efficace, établi depuis longtemps, touche beaucoup moins qu'auparavant.

Il se peut même que le volume des ventes, par établissement, devienne si mince qu'il soit nécessaire de majorer la marge de bénéfice. C'est le pauvre consommateur, privé du pouvoir qu'il avait de récompenser l'efficacité par sa clientèle, qui fait les frais de ce régime de distribution inutile et coûteux.

M. W. Arthur Lewis, professeur d'économie politique à l'Université de Manchester et éminente autorité dans ce domaine, écrit à ce sujet dans la revue *Economica,* numéro de novembre 1945, page 202:

> "La preuve établie contre la fixation des prix de revente est irréfutable. Cette pratique est une des principales sources de gaspillage dans le régime de la distribution. Le public y gagnerait beaucoup si la loi interdisait le boycottage, les listes noires, les distinctions injustes contre les coopératives et toutes les autres manœuvres auxquelles cette pratique donne lieu."

10. En deuxième lieu, ceux qui approuvent cette pratique restrictive ont exprimé la crainte que la méthode dite de l'article sacrifié, employée à des fins de réclame, ne se généralise si le jeu des prix devient libre. Ils entrevoient une période d'anarchie économique et la ruine de fabricants et de marchands à la suite d'une guerre implacable des prix.

Nous estimons que cette crainte ne tient pas compte des changements que les méthodes modernes de vente ont entraînés. Durant la crise économique des années 30, les établissements à succursales multiples, alors en voie d'installation, ont pu enlever des clients aux détaillants indépendants en offrant quelques articles

très demandés à un prix égal ou même inférieur au coût de revient. Les pertes subies sous ce chapitre étaient plus que compensées par les bénéfices élevés qu'ils obtenaient à l'égard des autres produits.

Avec l'expansion des établissements à succursales cependant, cet avantage a disparu. Chaque entreprise de cette catégorie doit maintenant soutenir la concurrence, non seulement des commerçants indépendants mais des autres établissements à succursales. Ceux-ci sont tout aussi bien administrés de sorte que, de part et d'autre, on hésite à recourir à cette pratique.

Si cette crainte était fondée cependant, nous accepterions l'avis exprimé dans le Livre blanc présenté au parlement de Grande-Bretagne par le président du Board of Trade, en juin dernier. On y déclare que "c'est au Parlement qu'il appartiendrait de juger, au mérite, toute injustice ou exagération dans la concurrence commerciale, la crainte de pareille éventualité n'étant pas une raison valable de permettre le maintien de pratiques nuisibles et restrictives".

11. En abordant le problème dont est particulièrement saisi votre comité ,il convient de faire passer avant toute chose l'intérêt du consommateur. Ce mémoire vous est soumis d'abord au nom des centaines de milliers de consommateurs qui se sont vus contraints de s'organiser afin d'acquérir biens et services au prix coûtant. Les membres de ces coopératives estiment que, grâce aux progrès du mouvement coopératif ils peuvent, par l'application de ses méthodes et par la suppression du bénéfice dans leurs achats de marchandises, résoudre en définitive le problème des monopoles qui inquiète tellement le Comité et le Parlement.

A l'appui de cette conviction, nous voudrions citer le cas de l'Union coopérative et Société des grossistes de Suède (*Kooperativa Forbundet*). Immédiatement après la première guerre mondiale, la Société des grossistes de Suède, de concert avec d'autres coopératives de la Scandinavie, a lancé une attaque systématique contre les divers cartels qui opprimaient le public consommateur. La plus célèbre de leurs réalisations a été de pénétrer avec succès dans le domaine de la fabrication des ampoules électriques, ce qui a permis au public suédois d'économiser cinq millions de couronnes par année. Vinrent ensuite d'autres attaques semblables dirigées contre les cartels de l'huile végétale et des caisses enregistreuses, entre autres choses. Dans bien des cas, ces efforts ont été déployés de concert avec d'autres éléments intéressés de la collectivité.

En terminant, nous sommes d'avis que l'entreprise coopérative, si on lui permet de se développer normalement, contribuera pour beaucoup à combattre les pratiques commerciales monopolisatrices et restrictives, et à compléter l'intervention législative du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux dans ce domaine.

Le 21 novembre 1951

MÉMOIRE PRÉSENTÉ PAR L'INTERPROVINCIAL CO-OPERATIVES LIMITED AU COMITÉ PARLEMENTAIRE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE A LA FIXATION DES PRIX DE REVENTE

L'*Interprovincial Co-operatives Limited* est une coopérative constituée en société sous le régime de lettres patentes obtenues du Secrétaire d'État. Ses règlements sont les mêmes que ceux des autres coopératives, c'est-à-dire que son capital lui est fourni par ses membres au prorata des services qu'elle leur rend et qu'elle doit répartir entre eux ses surplus sous forme de ristournes.

Voici la liste de ses actionnaires ainsi que leur volume d'affaires pour l'année financière terminée en 1950:

La Coopérative Fédérée, Montréal (P.Q.)	$ 53,268,000
United Co-operatives of Ontario, Toronto	49,319,000
Saskatchewan Federated Co-operatives Ltd., Saskatoon	17,500,000
Maritimes Co-operative Services, Moncton (N.-B.)	7,939,000
Manitoba Co-operative Wholesale, Winnipeg	5,095,000
Alberta Co-operative Wholesale, Edmonton	1,850,000
British Columbia Co-operative Wholesale, Vancouver	544,000
*Scottish Co-operative Wholesale Society Glasgow (Écosse)	
*Co-operative Wholesale Society, Manchester (Angleterre)	
Total	$135,000,000

*Ces deux organismes font partie de la Société mais leurs achats sont assez limités. Le volume n'en est pas indiqué pour ne pas donner une fausse idée du volume possible des ventes de l'Interprovincial Co-operatives Limited.

Le présent mémoire fait suite à celui qu'a soumis la Co-operative Union of Canada à propos de la fixation des prix de revente. Nous tenons d'abord à déclarer que nous approuvons sans réserve l'attitude de cet organisme. Nous désirons, en outre, formuler deux déclarations d'ordre général à propos du sujet à l'étude:

1. Le mouvement coopératif, s'il était plus généralisé, offrirait la solution à bien des problèmes que posent à la population du Canada les cartels, les monopoles et les coalitions.

2. L'interdiction, par une mesure législative, de fixer les prix de revente au détail n'offre pas une solution complète au problème des coalitions et monopoles, un des plus épineux qui se posent à la population du Canada.

A l'appui de notre première proposition, nous rappelons que la Suède n'a jamais jugé nécessaire de recourir à ce qu'on pourrait appeler une "législation sur les coalitions" pour la bonne raison que ce sont les coopératives qui dominent la vie économique là-bas. A ce sujet, nous citons l'ouvrage de Marquis W. Child, *The Middle Way*.

Une commission nommée par le gouvernement suédois, en 1922, pour faire enquête sur les bénéfices des intermédiaires, déclare:

> "Il est évident que les coopératives de consommateurs sont un efficace moyen de défense contre la tendance des commerçants particuliers à se coaliser pour maintenir les prix à un niveau artificiellement élevé. On pourrait citer maints exemples de puissantes associations de détaillants qui ont été forcées par des sociétés coopératives d'abaisser leurs prix, geste que les associations

commerciales auraient empêché si elles avaient été laissées à elles-mêmes. La grande importance du mouvement coopératif à cet égard a été démontrée à l'évidence, surtout durant l'époque du fléchissement des valeurs alors que, en règle générale, les coopératives ont été les premières à réduire leurs prix."

A l'appui de notre seconde proposition, nous signalons que, quand on refuse des produits à ceux qui seraient seuls en mesure de soutenir une concurrence efficace, le prix auquel ces produits pourraient être vendus, dans les cadres de la loi, perd pour ainsi dire toute signification.

On parle souvent d'entreprise privée et de libre entreprise. Ce sont des termes généraux qui, comme beaucoup d'autres de même nature, se prêtent à diverses interprétations. Il semble paradoxal que ceux qui crient le plus fort en faveur de la libre entreprise soient généralement ceux qui donnent à cette expression son acceptation la plus étroite. Si cette interprétation venait à s'imposer, la véritable entreprise libre, en tant que telle, disparaîtrait graduellement au Canada. Pour bien comprendre qu'il existe vraiment une tendance en ce sens, il suffit d'examiner les rapports soumis depuis quelques années par le commissaire aux coalitions. Nous ne parlons pas seulement des cas qui ont été soumis aux tribunaux mais de toutes les enquêtes qui ont été menées.

Qu'on nous permette de soumettre au Comité la définition que donne de la libre entreprise le mouvement coopératif. Cette définition est du très révérend Mgr M. M. Cody, directeur des études extra-murales de l'Université Saint-François-Xavier, d'Antigonish (N.-É.), ancien président de l'Association canadienne d'éducation postscolaire. La voici:

"La méthode coopérative permet à tous de participer au commerce tout comme les titres et actions permettent à certaines gens de participer aux entreprises commerciales classiques à base de bénéfice personnel. La distinction entre les entreprises traditionnelles et la coopération c'est que les premières sont des entreprises particulières établies dans un but de lucre et les autres des entreprises particulières à but désintéressé.

"Autrement dit, la coopération est une méthode qui permet à un peuple démocratique d'effectuer des transactions commerciales sans rien prendre à ses semblables. Au point de vue philosophique, elle ne supprime pas le stimulant qu'assurent les bénéfices; elle empêche simplement que les surplus qui découlent des transactions commerciales ne tombent entre les mains d'une seule classe au détriment de toutes les autres. Les gens s'engagent dans le mouvement coopératif afin d'améliorer leur situation économique. C'est le stimulant du bénéfice, au véritable sens philosophique."

C'est dans les cadres de cette interprétation que les coopératives sont fondées et qu'elles fonctionnent, au Canada et ailleurs. Il y a des coopératives dans tous les pays du monde et c'est invariablement chez les petits salariés qu'on les retrouve. En Angleterre, elles sont établies chez les salariées et les employés à gages. Au Canada, de même qu'aux États-Unis, leurs membres sont presque tous des cultivateurs. Suivant la formule exposée plus haut, ces gens ont affecté des millions et des millions de dollars à l'achat d'équipement pour le rassemblement, la manutention, la vente et la transformation de produits primaires, à l'acquisition de magasins, de stations d'essence, d'entrepôts (pour la vente en gros et en détail), de cours à bois, de fabriques de provende, de mines de houille, de scieries, de concessions forestières, de puits de pétrole et une raffinerie. Certes, puisque ces cultivateurs ont placé librement et volontairement leur argent dans leurs propres

entreprises, ils ont droit, sous un régime d'économie libre, d'acheter des fabricants et des fournisseurs aux mêmes conditions que les autres établissements.

Nous chercherons maintenant à démontrer que les coopératives, au Canada, ont été victimes de distinctions injustes de la part de fabricants et de fournisseurs canadiens. Ces fournisseurs ont tenté d'expliquer leur action par diverses raisons mais certains des motifs qu'ils ont invoqués ne sont pas les motifs véritables. D'autre part, d'autres fournisseurs ont été francs et honnêtes (nous les en félicitons et nous leur en savons gré) et ont exposé les vraies raisons. Il semble que, en résumé, elles se ramènent aux trois catégories générales suivantes:

a) Ils mettent en doute le droit ou l'opportunité pour les coopératives de distribuer leurs surplus aux propriétaires et aux clients sous forme d'une ristourne.

b) Les lois fiscales du Canada sont injustes envers l'entreprise particulière. En conséquence, on ne devrait pas approvisionner les coopératives.

c) Les coopératives sont socialisantes et finiront pas s'accaparer le commerce national. Il serait donc contaire à l'intérêt public de leur fournir des denrées.

Qu'on nous permette de citer, à l'appui de ces trois déclarations, des lettres reçues par diverses associations coopératives. Nous ne voulons publier les noms ni des personnes qui ont écrit ces lettres ni des entreprises auxquelles elles les ont adressées. Cela serait injuste, croyons-nous, puisque ce serait en quelque sorte les punir de leur franchise.

A l'appui de l'alinéa *a*):

Nous avons adressé votre commande postale du 30 janvier (1947) à notre bureau de Calgary en lui demandant de s'en occuper.

Notre représentant, M. X, a sans doute communiqué avec vous pour vous expliquer notre programme de vente. Vous n'êtes pas sans savoir que depuis l'établissement de notre société, nous avons toujours cherché à nous en tenir à une même ligne de conduite qui consiste à assurer la stabilité du prix de revente de nos produits.

Nous y avons parfaitement réussi, grâce, surtout, à la collaboration des détaillants. Nos produits se vendent à des prix uniformes partout au Canada et nous avons insisté pour qu'aucun détaillant n'offre de rabais ni de primes au client; nous jugions que cette mesure équivaudrait à une réduction du prix minimum de revente.

Nous croyons savoir que votre société consent des rabais périodiques suivant la somme des achats effectués par vos clients ou par vos actionnaires. Dans ces circonstances, vous comprendrez que nous manquerions à notre parole envers les autres... de votre localité en vous fournissant nos produits. Nous regrettons donc, pour ces raisons, de ne pouvoir accepter votre commande.

Nous espérons que vous comprendrez dans quelle situation nous nous trouvons.

Voici une autre lettre dans la même veine. Elle est d'un grossiste:

"Plusieurs fabricants nous ont écrit pour nous signaler que vous faites remise de vos bénéfices à vos clients, ce qui équivaut à une réduction de prix. C'est du moins ce qu'en pensent ces fabricants. Pour tirer les choses au clair, disons que, en règle générale, les détaillants ne veulent pas acheter d'un fabricant

dont les produits ne sont pas vendus au consommateur au prix régulier figurant sur les listes.

Pour cette raison, auriez-vous l'obligeance de nous dire si c'est ou non ce que vous faites? Quant à nous, il nous ferait plaisir de vous approvisionner mais nous ne sommes que des intermédiaires et si nous ne nous conformons pas aux conditions posées par le fabricant, on refusera tout simplement de nous vendre de sorte que, en fin de compte, nous ne pourrons pas vous approvisionner. Nous savons que nous n'avons nullement le droit de vous conseiller mais ne vous serait-il pas possible de distribuer vos bénéfices à titre de dividendes à l'égard de placement plutôt que comme rabais à l'égard des achats? Quoi qu'il en soit, un de nos représentants passera par . . . . dans un mois environ. Nous l'inviterons volontiers à aller s'entretenir avec vous personnellement, à moins que vous ne nous écriviez d'ici ce temps."

Après des instances de plusieurs années, une Coopérative régionale de gros, au Canada, a finalement obtenu l'autorisation de vendre les produits d'une certaine industrie. Mais on lui a fait signer un engagement écrit portant qu'elle ne verserait pas de ristourne à l'égard de ces ventes. Lorsque M. McGregor, ancien commissaire chargé de l'application de la loi des enquêtes sur les coalitions, a fait une enquête sur cette industrie, on lui a demandé de remettre à la société intéressée tous les documents. Tout à fait sottement, il s'est rendu à cette demande. Deux seulement des coopératives de gros qui font partie de l'association interprovinciale vendent les produits de cette industrie. On a refusé d'approvisionner les autres.

A l'appui de l'alinéa *b*), nous citons la lettre suivante:

A propos de votre communication du 13 septembre (1951), nous tenons à vous assurer que nous n'avons rien ni contre vous ni contre les autres membres de votre association. Nous estimons cependant que les coopératives, celles de vente au détail, de vente au gros ou de fabrication, font une concurrence déloyale.

Je n'ai jamais pu comprendre qu'il soit juste de permettre aux coopératives de se soustraire aux impôts fédéraux, sous le régime d'un plan qui, à première vue, paraît raisonnable mais qui, au fond, est injuste envers ceux qui paient des impôts fédéraux sous une forme ou sous une autre.

Il ne devrait pas être nécessaire de rappeler que, partout, les coopératives paient tous les impôts, municipaux, provinciaux ou fédéraux, auxquels elles sont assujéties. Les percepteurs jouissent de pouvoirs étendus qu'ils appliquent invariablement, pourrait-on ajouter, contre ceux qui ne versent pas leurs impôts. Les lois qui régissent l'imposition de tous les citoyens, dans tous les domaines (y compris l'impôt fédéral sur le revenu) sont établies d'après une procédure démocratique reconnue par tous les États libres. Dans le cas de l'impôt fédéral sur le revenu, c'est le Parlement qui décide. Les dispositions actuelles de la loi fédérale de l'impôt sur le revenu relatives aux ristournes ont été adoptées en 1946; elles s'inspirent principalement des conclusions d'une commission royale qui a fait enquête sur la situation fiscale des coopératives. Ces organismes, à l'exception de ceux qui sont nouvellement établis et se composent de particuliers, ne sont pas exonérés de l'impôt.

Cet établissement est le seul qui ait eu la franchise d'exposer ses vues par écrit, dans une lettre. D'autres ont exprimé oralement le même point de vue.

A l'appui de l'alinéa *c*), voici une autre lettre:

Nous avons reçu votre lettre du 8 juin (1950) accompagnée de plusieurs commandes de . . . . et d'un chèque de $20,000. Comme vous le rappelez, M.

X est venu nous voir il y a une semaine ou deux alors qu'il se trouvait de passage ici. Nous lui avons exposé notre attitude et nous lui avons énuméré les conditions que nous jugeons essentielles à la distribution des . . . . que nous fabriquons. Il vous fera sans doute part, en temps et lieu, des renseignements que nous lui avons communiqués.

A la suite de cet entretien, nous vous retournons les commandes que vous avez bien voulu nous adresser de même que votre chèque.

Les documents que nous pouvons soumettre n'établissent pas aussi clairement que nous l'aurions voulu notre situation à cet égard car la lettre que nous venons de citer parle d'une entrevue où l'attitude de cette société a été exposée. Or nous n'avons à ce sujet pour tout témoignage que le compte rendu du représentant de la coopérative. Le représentant de la compagnie lui avait alors mis sous les yeux une copie dactylographiée de passages tirés du 21e rapport annuel soumis par la Saskatchewan Federated Co-operatives Limited à ses actionnaires. Nous avons annexé au présent mémoire une copie des extraits dactylographiés du Rapport annuel qu'on a fait lire à notre représentant.

On nous a violemment reproché cette partie du rapport où nous énonçons, comme un objectif du mouvement coopératif, l'acquisition des moyens de production et de transformation nécessaires à la fabrication des articles dont nos membres ont besoin. On n'a pas aimé non plus le passage du rapport où il est dit que la Saskatchewan Federated Co-operatives ne devrait pas juger nécessaire d'embaucher des commis voyageurs pour la vente de ses produits à ses propres membres. On a aussi vertement reproché au conseil d'administration de la coopérative l'achat de produits sur le marché britannique, en particulier des produits que les fournisseurs et les fabricants canadiens ont refusé de lui vendre. Au cours de cette même entrevue, la société a déclaré que, si elle nous vendait ses produits, elle ne ferait qu'aider à l'établissement d'un futur concurrent. On a donc lieu de s'étonner que cette même société ait critiqué la coopérative —

a) Parce qu'elle était en voie de devenir tellement puissante qu'elle finirait par constituer une menace pour les fournisseurs, et

b) Parce qu'elle ne voulait pas embaucher de commis voyageurs pour la vente des produits.

Nous aurions voulu être en mesure de soumettre plus de documents à l'appui de notre thèse mais il est difficile de s'en procurer. Comme nous l'avons dit déjà, nous respectons ceux qui ont eu la franchise, l'honnêteté et le courage d'exposer leur attitude par écrit.

Certains fabricants nous ont déclaré franchement qu'ils étaient très désireux de vendre leurs produits aux coopératives. Ils ne trouvent rien à redire à nos méthodes mais l'association de fabricants, dont ils font partie, leur a dit qu'ils ne pouvaient pas inclure les coopératives sur la liste de leurs clients.

Si on estime que le présent mémoire s'appuie sur un nombre trop restreint de documents, on constatera que notre thèse principale est suffisamment confirmée par les publications qu'a préparées, à l'occasion, la Division des enquêtes sur les coalitions, au sujet des diverses enquêtes menées depuis un certain temps.

Nous sommes d'avis que les faits que nous avons cités suffisent à démontrer qu'on ne permet pas à la concurrence de jouer librement au Canada. Notre pays ne deviendra jamais une véritable grande nation si notre économie est gênée dans son essor par une minorité égoïste qui recourt à son énorme pouvoir pour étouffer la

concurrence et qui, par ses manœuvres, non seulement favorise et provoque la formation de coalitions mais contribue à faire monter appréciablement le coût de la vie. En conséquence, afin d'assurer le libre jeu de la concurrence, nous approuvons sans réserve le vœu suivant que la Co-operative Union of Canada exprime dans son mémoire:

> "Aucun marchand ne peut refuser de vendre un article ou un produit au prix établi, contre argent comptant ou l'équivalent, à une personne qui se livre à un commerce légitime et se conforme aux pratiques commerciales reconnues. Dans le cas de refus, ladite personne a le droit de déférer la question à la COMMISSION pour fins d'enquête."

Si on insérait une disposition de cette nature dans la loi des enquêtes sur les coalitions, on contribuerait dans une large mesure à enrayer la formation des coalitions et à arrêter la marche ascensionnelle des prix. La simple interdiction de fixer les prix de revente ne nous rapprochera guère de l'un ou l'autre de ces deux objectifs.

Le comité parlementaire a été chargé expressément de faire enquête sur la fixation des prix à l'échelon du détail. Cependant, l'expression "fixation des prix" ne définit pas adéquatement la pratique visée.

Du point de vue des coopératives, ce n'est pas surtout le prix payé par le consommateur qui importe car, s'il est trop élevé, la ristourne est appréciable et, s'il est trop bas, elle n'existe pas. Nous reconnaissons franchement que beaucoup d'arguments militent en faveur de la fixation des prix de détail. Nous admettons même, en toute candeur, que beaucoup de ceux qui ont charge de la vente, au sein du mouvement coopératif, sont en faveur de cette pratique. Leurs transactions en sont facilitées. Après y avoir réfléchi cependant, nous avons conclu que les arguments contre la fixation des prix au niveau du consommateur l'emportent. Nous estimons donc qu'il convient d'interdire cette pratique et nous félicitons le Gouvernement de son projet de loi.

Nous croyons cependant que la disposition législative projetée, dont le texte figure à l'Appendice "A" du fascicule no 1 des Procès-verbaux du comité, est insuffisante et qu'on devrait y ajouter:

> "*c*) A revendu, a offert en revente, ou, se propose de revendre ou d'offrir en revente ledit article ou produit, sous prétexte que le client a droit à une ristourne à l'égard de cet article ou produit."

Beaucoup d'entreprises qui ne sont pas des coopératives ont adopté la méthode des ristournes. Cette pratique devrait être reconnue par la loi. On sait évidemment que cette ristourne, si elle est versée en conformité du règlement de la loi de l'impôt sur le revenu, peut être soustraite du revenu imposable dans le cas de toutes les catégories d'entreprises commerciales, qu'il s'agisse ou non de coopératives.

Nous attachons au présent mémoire une annexe établissant une comparaison à l'égard de divers articles choisis au hasard dans un magasin de détail. On indique le prix de détail, le prix de gros et la marge de bénéfice exprimée en pourcentage. Il n'est pas nécessaire pour nous de signaler les conclusions qui se dégagent de ce tableau.

Soumis au nom de l'Interprovincial Co-operatives Limited.

Extraits du
"RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION",
VINGT ET UNIEME RÉUNION ANNUELLE DES
ACTIONNAIRES DE LA
SASKATCHEWAN FEDERATED CO-OPERATIVES LIMITED
17, 18 et 19 janvier 1950

Extraits de "l'introduction"

Nous publions, dans le présent rapport, des photographies de magasins, d'entrepôts et de fabriques appartenant à la Federated et payés presque exclusivement à même les épargnes que le seul fait d'acheter de leur propre maison de gros a permis aux succursales locales de réaliser. En 21 ans, en plus de nos immeubles de Regina et de Saskatoon, nous avons fait l'acquisition d'une raffinerie de pétrole, de sept puits de pétrole en état d'exploitation active, de deux mines de houille sises à Drumheller (Alb.), d'une scierie et de concessions forestières à Canoe (C.-B.) et d'usines de préparation de provende à Regina et à Saskatoon. Ces biens, dont la liste est imposante, ne représentent cependant qu'une partie de nos réalisations. Nous avons versé en dividendes, aux associations locales, une somme de $1,329,000. Cet argent, remis à nos clients, a augmenté d'autant leur puissance d'achat.

Nous avons fait un faible premier pas vers la réalisation de notre but: la PROPRIÉTÉ des clients, qui ont eux-mêmes fourni les fonds nécessaires à leur à la fabrication de tous les produits dont nos membres ont besoin.

Si les coopérateurs se faisaient un devoir de n'acheter que des coopératives, nous pourrions réaliser des progrès beaucoup plus importants que ceux qu'il nous a été possible d'accomplir durant nos 21 premières années d'existence. Toutes les usines, toutes les raffineries et tous les moyens de transformation sont payés par le consommateur, leur coût étant inclus dans le prix des denrées et services. Ce n'est que dans le cas des coopératives que les moyens de production sont la PROPRIÉTÉ des clients, qui ont eux-mêmes fournis les fonds nécessaires à leur acquisition.

Extraits du "Rapport"

La pénurie aiguë de pétrole brut qui a poussé votre Conseil à se lancer dans des opérations de forage s'est complètement modifiée à la suite du programme actif de forage entrepris tant par les grosses sociétés pétrolières que par des sociétés indépendantes dans les bassins de Leduc et de Redwater. Grâce à des approvisionnements abondants de pétrole brut au Canada, il ne nous est plus nécessaire d'en importer des États-Unis. Nous n'aurons plus à prendre le risque de nouvelles opérations de forage tant que les conditions ne seront pas plus avantageuses que celles qu'on nous a offertes jusqu'ici.

Cependant, notre situation demeurera précaire tant que nous n'aurons pas la haute main sur des sources suffisantes de pétrole brut pour pouvoir répondre entièrement à la demande de produits raffinés. A cette fin, nos plans futurs devraient comporter la mise de côté d'une certaine partie de nos bénéfices de raffinerie en vue d'entreprises de forage et de la découverte de nouvelles nappes de pétrole de façon qu'il nous soit possible de fournir ce produit à nos clients à un coût minimum.

Si nous voulons atteindre ce but, qui nous apparaît comme un des plus importants pour le mouvement coopératif sur le continent nord-américain, il nous

faut accepter de changer quelques-unes de nos méthodes actuelles de vente. En "singeant" quelques-uns des méthodes les moins économiques de l'entreprise particulière, nous sacrifions la part la plus importante de l'épargne que pourrait réaliser le consommateur. Il ne devrait pas être nécessaire à la Federated de recourir à des commis-voyageurs pour vendre à nos établissements locaux des produits achetés pour elles par un magasin de gros qui leur APPARTIENT. La grande variété de marques d'un même produit que nos membres réclament en ce moment est une autre pratique coûteuse, tant pour la vente en gros que pour la vente au détail. Il faudrait nous en défaire. Non seulement le renouvellement des stocks en est-il ralenti mais cela nécessite l'engagement de capitaux plus importants qu'il n'en faut, aux deux échelons du gros et du détail.

L'augmentation de la vente de produits de marque "Co-op" devrait nous permettre de réduire appréciablement le nombre des articles gardés en stock. Votre Conseil de même que l'Administration se proposent d'insister davantage pour que les produits portant l'étiquette "Co-op" soient de première qualité.

Votre Conseil a appuyé la campagne d'achats de produits anglais et a donné instruction à l'Administration d'acheter autant que possible du Royaume-Uni, surtout des coopératives anglaises.

En 1949, la pénurie de certaines catégories de produits nous a causé des difficultés mais, dans l'ensemble, nous avons gardé pendant toute l'année un stock complet, aussi varié que celui des grossistes qui nous font concurrence. Nous conservons un inventaire complet des articles courants et des marques connues partout au pays. Nous avons aussi présenté de nouveaux produits de marque "Co-op" et la demande de ces produits a été de nature à nous encourager. Dès qu'il nous sera possible de conclure des ententes satisfaisantes, nous multiplierons le nombre d'articles portant notre propre marque de commerce.

Quincaillerie et équipement agricole

Sous ce chapitre, nos ventes ont augmenté de $177,670 comparativement à l'année précédente et se sont établies à $1,676,309.00.

Dans notre budget, nous prévoyons une augmentation de 10 p. 100 de notre volume de ventes par rapport à 1949 et, si nous pouvons compter sur l'appui des coopératives locales, nous atteindrons cet objectif.

Au cours de l'an dernier, nous avons appréciablement réduit nos inventaires, surtout des articles qui se vendent difficilement ou sont démodés. Nous nous procurons maintenant de nouveaux stocks afin de pouvoir mieux répondre à la demande de nos entreprises locales en 1950.

La liquidation de certains stocks acquis durant la guerre et qui, par conséquent, coûtaient trop cher ou étaient de qualité inférieure ou passés de mode, a entraîné, pour la division de la quincaillerie, une perte de $132,483. Les pièces de machinerie et de tracteurs comptent pour la plus grande partie de cette perte, soit $91,462.

Suivant la ligne de conduite générale des Federated Co-operatives, ce service étudie le marché britannique en ce qui concerne les produits de l'acier, comme les clous, le fil de fer, les vis à bois et les outils. On espère accroître ce marché et l'on croit que, la Grande-Bretagne étant maintenant en mesure de soutenir la concurrence, par suite de la dévaluation de la livre sterling, on doit s'évertuer le plus possible à augmenter le commerce bilatéral.

La seule façon, pour les coopératives, de réaliser le plus d'économies possible et d'exercer ainsi une plus forte influence sur l'économie de notre pays, c'est de se lancer dans la production et d'avoir la haute main sur les sources d'approvisionnements de matières premières. Nous devons constamment rappeler ce fait à nos membres, à nos administrateurs et directeurs locaux; c'est la préoccupation constante de la division des services d'organisation.

CONCLUSION:

Nous avons souvent répété que le but ultime du Consumers' Co-operative Movement, c'est de disposer d'une organisation qui soit bien NOTRE, à partir de la production jusqu'à la livraison des produits au consommateur. Il est impossible de mettre en œuvre un tel programme du jour au lendemain, mais tel doit être notre but si nous voulons que nos membres, les consommateurs, réalisent toutes les économies possibles. On peut diminuer et on diminue les écarts entre la vente en gros et la vente au détail, avec élargissement correspondant sur le plan de la fabrication. Les économies obtenues dans la distribution des denrées sont donc peu de chose, comparativement à celles que peuvent valoir au consommateur la fabrication et la transformation dans des établissements appartenant à la coopérative. A examiner notre état financier, on constate que les économies réalisées dans la distribution sont relativement faibles, que presque toutes les économies sont dues à ce que nous possédons nos propres entreprises de production.

Étant donné que l'entreprise de gros doit demeurer pendant quelque temps encore un "organisme d'approvisionnement", pour ce qui est de plusieurs produits dont nos gens ont besoin, il faut s'attacher à diminuer l'écart qui existe, du point de vue économique, entre la fabrication et la consommation.

La principale préoccupation des grossistes privés est la vente aux détaillants: la question de l'écoulement ultérieur des marchandises ne les préoccupe guère. Tout autre est notre problème. Les propriétaires de notre entreprise s'identifiant avec ceux des débouchés locaux, nous ne pouvons nous contenter de faire passer nos marchandises de l'entreprise de gros aux entrepôts et de là aux rayons des magasins ruraux. Notre travail n'est terminé que lorsque le consommateur a pris livraison des marchandises. Il est donc évident que nous devons nous préoccuper davantage de déterminer les besoins de chacun de nos membres, afin que les marchandises obtenues par le grossiste passent aux mains des consommateurs, par l'intermédiaire des associations locales, dans le plus bref délai possible.

LISTE DES MARCHANDISES A PRIX IMPOSÉS

Article	Prix de détail	Prix de gros	Marge (calculée sur le prix de vente)
Cafetière de verre	$ 4.25	$ 2.83	33.4 p. 100
Bain-marie de verre	5.05	3.37	33.2 p. 100
Autoclave	27.50	18.30	33.4 p. 100
Gaufrier	15.45	10.30	33.3 p. 100
Batteur-malaxeur	73.75	49.17	33.3 p. 100
Grille-pain	32.00	21.33	33.3 p. 100
Bouilloire électrique	12.50	8.33	33.3 p. 100
Casserole d'aluminium	14.55	9.69	33.4 p. 100

Réveille-matin	8.75	6.02	31.2 p. 100
Lampe à souder	11.25	8.40	25.3 p. 100
Total	$205.05	$137.74	32.8 p. 100

LISTE DES MARCHANDISES A PRIX LIBRES

Article	Prix de détail	Prix de gros	Marge (calculée sur le prix de vente)
Articles de verre (Fire King)	$ 1.98	$ 1.46	26.2 p. 100
Bouilloire d'aluminium	3.98	2.84	28.6 p. 100
Casserole d'aluminium	2.90	2.17	25.1 p. 100
Jeu de serrure de porte	8.50	6.35	25.2 p. 100
Rabots	17.10	12.80	25.1 p. 100
Scie à métaux	2.50	1.85	26.0 p. 100
Scie à main	8.85	6.65	24.8 p. 100
Niveau	6.20	4.65	25.0 p. 100
Rôtissoire émaillée	5.15	3.86	25.0 p. 100
Casserole émaillée	2.70	1.94	31.8 p. 100
Total	$ 59.86	$ 44.57	25.5 p. 100

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session — Vingt et unième législature
1951

(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT
ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

pour l'étude de

LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: l'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
et M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES

Fascicule no. 14

SÉANCE DU JEUDI 6 DÉCEMBRE 1951

TÉMOINS:

M. Norman M. Dunn, avocat; M. Robert U. Lamb, secrétaire-directeur; M. Angus Firth, secrétaire-adjoint; M. George Hougham, expert-conseil; M. Chalmers Gorsline; M. R. I. Blain, représentant tous l'Ontario Retail Hardware Association.

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE SA TRÈS EXCELLENTE MAJESTÉ LA REINE
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1951

PROCÈS-VERBAUX

LE JEUDI, 6 DÉCEMBRE 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin. L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Fogo, Golding, Horner et Vaillancourt.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Beaudry, Blair, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Stuart (*Charlotte*), Thatcher et Welbourn.

Également présents : M. Thomas N. Phelan, K.C., et M. Guy Favreau, avocat du Comité ; M. Norman M. Dunn, avocat, M. Robert U. Lamb, secrétaire directeur, M. Angus Firth, secrétaire adjoint, M. George Hougham, expert conseil, M. Chalmers Gorsline et M. R. I. Blain, représentant tous l'Ontario Retail Hardware Association.

Le président dépose un mémoire reçu de Woodward Stores Limited, de Vancouver (C.-B.).

Conformément à la motion présentée par M. Thatcher, il est décidé de faire imprimer ledit mémoire qui figurera à titre d'*Appendice J* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour.

M. Dunn est appelé. Il dépose un mémoire accompagné d'un appendice, au nom de l'Ontario Retail Hardware Association, lesquels figureront à titre d'*Appendices A* et *B* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour ; il est entendu, puis interrogé.

MM. Lamb, Gorsline, Blain, Firth et Hougham sont appelés et interrogés.

M. Favreau dépose les motifs du jugement rendu dans la cause de C. Duquette *et al* c. Charles E. Frost and Co.

Pour faire suite de la motion du sénateur Aseltine, il est ordonné que lesdits motifs du jugement soient imprimés à titre d'*Appendice K* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour.

Conformément à la motion de M. Hees, il est résolu que le Comité se réunira à 3 heures et demie de l'après-midi ce jour, en vue de poursuivre l'examen des témoins.

A une heure et cinq minutes de l'après-midi, le Comité s'ajourne jusqu'à 3 heures et demie ce jour.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le Comité mixte se réunit à 3 heures et demie de l'après-midi. L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents, M. Sinclair étant au fauteuil.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Fogo, Golding et Horner.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Blair, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, Murray (*Oxford*), McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Stuart (*Charlotte*) et Thatcher.

Également présents : Même liste qu'à la séance du matin.

On continue d'interroger les témoins.

Les témoins se retirent.

Conformément aux vœux du quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, adoptés le 30 novembre, les documents suivants figureront à titre d'appendices aux procès-verbaux et témoignages de ce jour :

Appendice C : Mémoire soumis par l'Association canadienne des consommateurs.

Appendices D. E. F. G. H et *I :* Mémoires soumis par les succursales d'Alberta, du Manitoba, d'Ontario, du Nouveau-Brunswick, de la Saskatchewan et du Québec de l'Association canadienne des consommateurs.

A six heures de l'après-midi, le Comité s'ajourne jusqu'au vendredi 7 décembre, à 10 heures et demie du matin.

Le secrétaire du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

LE 6 DÉCEMBRE, 1951.

10 h. 30 du matin.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre, messieurs.

La seule question dont nous ayons à nous occuper avant d'entendre le témoignage de l'Ontario Retail Hardware Dealers Association est la suivante. Il y a une dizaine de minutes, j'ai reçu une copie du mémoire des Woodward Stores, de Vancouver. Il a été décidé, à la réunion d'hier du sous-comité, qu'aucun mémoire reçu après le 3 décembre ne serait versé à nos procès-verbaux. Celui-ci, toutefois, vient de la Colombie-Britannique et il a subi les inconvénients auxquels sont généralement exposés les envois provenant de cette province ; il nous est parvenu seulement ce matin. Je crois que, dans les circonstances, nous devrions accepter ce mémoire et le faire figurer dans nos procès-verbaux. Nous en avons reçu une dizaine d'exemplaires, qui seront distribués aux membres immédiatement, tant qu'il y en aura.

M. HEES : Y est-on pour ou contre ?

LE PRÉSIDENT : On y est pour la concurrence, monsieur Hees.

Il est proposé que ce mémoire soit versé à nos procès-verbaux, avec les autres que nous avons reçus jusqu'à hier inclusivement, étant donné qu'il nous a été expédié par livraison spéciale.

M. THATCHER : Pouvez-vous nous dire l'objet du mémoire ? S'agit-il d'un autre grand magasin qui prend la même attitude qu'Eaton ?

LE PRÉSIDENT : Je ne vois pas pourquoi le président s'étendrait sur un mémoire de deux pages, quand vous allez en avoir le texte dans une couple de minutes.

Qui est en faveur de faire figurer ce mémoire dans nos procès-verbaux ?

Qui s'y oppose ?

Adopté.

LE PRÉSIDENT : Y en a-t-il d'autres qui veulent un exemplaire de ce mémoire ?

L'HON. M. ASELTINE : J'aimerais en avoir un.

LE PRÉSIDENT : Nos témoins, ce matin, représentent l'Ontario Retailer Hardware Dealers Association. On a demandé pourquoi on les a convoqués, pourquoi le Comité a décidé de les convoquer. Comme il n'existe pas de groupement national de quincailliers, — je crois qu'on a l'intention d'en former un très prochainement, — l'organisme ontarien représente un secteur du commerce de détail qu'intéresse au plus haut point la question de la fixation du prix de revente. Maintenant, monsieur Dunn, auriez-vous l'obligeance de présenter votre délégation.

M. Norman M. Dunn, avocat de l'Ontario Retail Hardware Association, est appelé :

LE TÉMOIN : Je suis Norman M. Dunn, avocat de l'Association. M'accompagnent ici aujourd'hui M. Robert W. Lamb, secrétaire directeur de l'Association ; M. Angus Firth, secrétaire adjoint, statisticien attaché aux bureaux

de l'Association ; M. Chalmers Gorsline, de Collingwood, marchand détaillant ; et M. Richard I. Blain, autre marchand, de Brampton. Il possède sa propre maison d'affaires à Brampton. J'en dirai un mot plus tard. Vu l'importance que revêt pour notre organisme la question de la fixation du prix de revente, nous avons fait appel aux services d'un expert conseil, — un homme qui compte une longue pratique de la vente, — qui aura peut-être à répondre plus tard à quelques questions : M. George Hougham, qui habite maintenant à New-Westminster, en Colombie-Britannique, se trouve ici à titre d'expert conseil de notre Association.

LE PRÉSIDENT : Merci, monsieur Dunn.

LE TÉMOIN : Nous n'allons pas tous prononcer des discours, mais nous avons voulu fournir toute l'aide possible.

LE PRÉSIDENT : Nous sommes heureux, monsieur Dunn, que vous soyez venus si nombreux. La façon de procéder est la suivante : le porte-parole ou tout autre membre de votre groupe fait un bref résumé de votre mémoire, puis l'avocat du Comité commence à interroger le témoin et il est suivi par les membres du Comité. Si un autre membre de votre groupe est plus en mesure de répondre à toute question posée, il a le droit de le faire.

LE TÉMOIN : Merci.

Messieurs, je signale d'abord une erreur typographique plutôt regrettable qui s'est glissée dans notre mémoire. A la page 32 du mémoire, on a ajouté une petite lettre qui change le sens du passage : on nous fait dire "equality" au lieu de "quality" ; il ne saurait être question "d'avilissement de l'égalité". Le mémoire contient une ou deux autres erreurs typographiques moins importantes, qu'il ne vaut pas la peine de relever.

Monsieur le président, on l'a déjà dit, l'Ontario Retail Hardware Association est le nom de l'organisme qui groupe la plus grande partie des quincailliers d'Ontario, soit 96 p. 100. En font également partie un grand nombre de marchands des autres provinces, sauf la Colombie-Britannique, qui n'est pas très fortement représentée. En un mot, l'Association parle au nom de 40 p. 100 de tous les quincailliers du Canada. Vous le savez, messieurs, la quincaillerie constitue une partie importante du commerce de détail au Canada. La statistique révèle qu'en 1950 le chiffre d'affaires des quincailleries s'est élevé à 192 millions. Malheureusement, il n'existe pas, au pays, de statistique indiquant quelle proportion de ce commerce est allée aux magasins indépendants et quelle proportion, aux magasins à succursales. Il arrive que la statistique américaine donne cette décomposition, mais le Bureau fédéral de la statistique, — vu, je crois, le faible nombre de magasins à succursales en Ontario, — n'a pas cru devoir le faire. Comme il n'y a en Ontario que deux magasins à succursales : Aikenhead's, à Toronto, et Mills Hardware, à Hamilton, le Bureau fédéral de la statistique se trouverait à révéler ainsi le contenu de dossiers privés. Vous verrez toutefois dans le mémoire qu'un économiste compétent des États-Unis a estimé à environ 95 p. 100 le chiffre d'affaires qui, pour ce genre de commerce de détail, revient aux magasins indépendants.

Je serai, messieurs, aussi bref que possible, mais je tiens à faire ressortir quelques points. Je comprends, monsieur le président, que je ne dois pas donner lecture du mémoire, — ce serait évidemment inutile, — mais on me permettra peut-être de citer un passage ici et là. J'aimerais souligner certains traits particuliers un point essentiel, savoir que la quincaillerie présente qu'on ne retrouve pas, règle gnérale, dans les autres commerces de détail.

Vous avez eu l'occasion de lire notre mémoire. Il comporte 32 pages, mais comme le texte en est interligné, il n'est pas trop long. A la page 4, il y est question de l'économiste américain qui énumère les traits propres au quincaillier indépendant. D'abord, forte quantité de marchandises en magasin ; deuxièmement, grande variété d'articles ; troisièmement, services personnels importants ; quatrièmement, roulement très lent, et, cinquièmement, connaissances techniques approfondies. Rares sont les autres genres de commerce où l'on retrouve ces caractéristiques. Ainsi, on peut vendre des effets d'habillements sans posséder de connaissances techniques ; il en est de même dans le commerce de produits alimentaires. Mais c'est une tout autre affaire dans le commerce de la quincaillerie.

De plus, je le signale dans le mémoire, nos gens fournissent à leurs clients des services pour lesquels ils ne touchent aucune rémunération. Ils les conseillent en matière d'entretien de propriétés, ils les renseignent sur les nouveaux produits, qu'il s'agisse de calorifuges ou d'outils. Le détaillant fournit un grand nombre de services spécialisés. Ce sont tous ces éléments qui nous permettent d'affirmer que la fixation du prix de revente est pour nous une question d'intérêt vital. Il vous intéressera de voir, au petit tableau de la page 6, dans quelle mesure les détaillants se font concurrence. Vous remarquerez que même dans les plus petites villes, les moindres collectivités, la concurrence est considérable. C'est un état de choses dont nous nous réjouissons. Il est intéressant, croyons-nous, de noter le fait.

Vous aurez noté, messieurs, à la lecture du mémoire, que nous cherchons à y établir certaines idées positives : la nature de la fixation du prix de revente, les avantages qu'elle assure aux quincailliers tandis que, dans la dernière partie, nous prenons une attitude négative, en disant : "Pourquoi s'oppose-t-on à la fixation du prix de revente ?" Nous avons tenté d'énumérer quelques-unes des objections mises en lumière dans le rapport MacQuarrie si bien connu. Le premier point principal qu'expose la partie positive du mémoire, c'est la nature de la fixation du prix de revente. Je vous exhorte, messieurs, à étudier la définition qu'en a donnée la Federal Trade Commission aux États-Unis. La beauté de cette définition, c'est qu'elle est, comme on dit en langage juridique, à la fois compréhensive et exclusive : elle comprend tout ce qu'est la fixation du prix de revente et elle exclut ce qu'elle n'est vraiment pas. La fixation du prix de revente est une méthode de vente selon laquelle le fabricant, à titre de propriétaire d'un denrée identifiée par une marque de fabrique, un cachet de fabricant, un nom commercial, un dessin, impose des restrictions quant au prix auquel les grossistes et les détaillants vendront cette denrée.

Je crois, messieurs, qu'il est important de ne pas oublier que cette pratique se restreint aux marchandises qui ont une marque de commerce et qu'elle ne consiste pas à imposer ni un prix minimum ni un prix maximum. Un certain nombre de ceux qui se sont fait entendre au cours des présentes délibérations ont dit qu'il s'agit d'un prix minimum. Je vous prie de vous rendre compte, messieurs, que c'est à la fois le prix de vente minimum et maximum.

En répondant aux questions, quelques-uns de mes collègues qui sont dans les affaires vous diront probablement que cette pratique a maintenu les prix à un bas niveau durant les périodes de pénurie qui ont suivi la deuxième guerre mondiale. Il y a eu un temps où l'on ne pouvait acheter un Mixmaster dans la ville de Toronto, ni pour or ni pour argent ; quand il en arrivait un, il était vendu à l'un des clients dont le nom figurait sur une liste. Il se

vendait $59.50, si je ne m'abuse, mais nous savons tous que, en l'absence de la réglementation d'État, le marchand aurait pu obtenir presque n'importe quel prix pour ce mélangeur.

La fixation des prix ne se limite donc pas à l'imposition d'un prix minimum. Il convient de ne pas l'oublier, comme il convient de retenir la définition donnée par la Federal Trade Commission.

Aux pages 7 et 8, je rappelle brièvement les origines de cette pratique aux États-Unis. Je ne prendrai pas le temps d'entrer dans le détail de cette question, si ce n'est pour souligner le fait suivant, qui ressort clairement de toute la documentation existante, savoir que la fixation du prix de revente n'est pas une conception d'un avocat habile qui s'est dit un jour : "Nous allons procéder de la sorte et tous nos problèmes disparaîtront du même coup".

Non, c'est la solution trouvée par des hommes d'affaires aux problèmes des hommes d'affaires. Ces problèmes étaient très graves aux États-Unis dans les années 90 et au début de notre siècle. Les procédés de fabrication et de vente se transformant brusquement, il arriva que plusieurs produits à marque de commerce furent, comme on l'a dit, "bousculés", ce qui eut des inconvénients sérieux. C'est alors que s'est graduellement généralisée la pratique qui consiste à fixer les prix auxquels les produits de marque doivent se vendre au consommateur.

Messieurs, tous ceux qui siègent ici depuis quelques semaines savent très bien ce qui est arrivé aux États-Unis. Dans leur sagesse, les tribunaux des États-Unis ont décidé, vu la législation américaine contre les trusts, que même une entente verticale en matière de prix entre fabricants et marchands constituait, à leur avis, un trust (on sait toute l'encre que ce mot fait couler là-bas). Les tribunaux ayant décidé qu'il s'agissait d'un trust, la fixation des prix est devenue illégale, aux États-Unis, vers le début du siècle.

Qu'est-il arrivé par la suite ? La confusion qui s'en est suivie dans la vente de marchandises à marque de fabrique a amené le public à réclamer qu'on rendît légale la fixation du prix de revente. Il y a une expression qu'on a adoptée là-bas ; je ne la crois pas mauvaise, bien que je reconnaisse que ce n'est pas la meilleure. On a désigné les lois afférentes à cette pratique sous le nom de "lois du loyal commerce" ; comme vous le savez tous, c'est en 1931 que la première loi du loyal commerce a été adoptée dans l'État de la Californie.

Je ne crois pas que nous ayons à nous préoccuper ici de ce qu'elle se soit surtout appliquée à l'industrie pharmaceutique, — l'industrie pharmaceutique était une de celles qui s'étaient ressenties de cette concurrence au début du siècle, — mais, de toute façon, c'est la Californie qui, la première, adopte cette loi, qui a tôt fait de se propager, jusqu'à atteindre 44 autres États. Il y a donc 45 États où sont en vigueur des lois de loyal commerce.

Puis, il y a eu la loi Miller-Tyding, qui étendait la législation du loyal commerce au commerce entre États, sauf ceux ne possédant pas cette législation.

Croyez-vous, messieurs, que le Canada, voisin des États-Unis, devrait revenir au début du siècle et tout recommencer de nouveau ? Les États-Unis ont commis bien des erreurs dans le domaine législatif, ils se sont souvent trompés dans le domaine industriel et dans celui des affaires ; mais ils ont subi les inconvénients de cette évolution — ils ont, au cours d'un certain nombre d'années, reconnu comme étant légale la fixation des prix, puis ils l'ont déclarée illégale, pour avoir ensuite à la prononcer légale de nouveau, —

avant de revenir à l'état de choses qui existait en 1890, au moment de l'adoption de la loi Clayton contre les trusts.

Le Canada, voisin des États-Unis, serait bien mal avisé, de retourner à un demi-siècle en arrière, pour passer par où sont passés nos voisins. Je le répète, la fixation du prix de revente découle naturellement de l'évolution économique, — elle n'a pas été mise en oeuvre à la hâte, — et elle est l'oeuvre des hommes d'affaires eux-mêmes.

Je m'arrête un instant à un article que je mentionne dans mon mémoire. Tous se rappellent la montre Ingersoll. Je suis plus jeune que quelques-uns d'entre vous, mais je m'en souviens vaguement. La montre Ingersoll était probablement le produit le mieux connu en Amérique du Nord. Tout le monde savait qu'on pouvait obtenir une montre Ingersoll pour un dollar dans n'importe quel magasin, et chacun savait ce qu'il achetait.

Cela remonte aux débuts de la fixation des prix aux États-Unis. Certains magasins, certains genres de commerces, ont cru que la montre Ingersoll était le produit tout trouvé pour attirer les gens dans leurs établissements. Ils l'ont d'abord offerte en vente à 79¢. Très bien ; mais après l'avoir vendue 79¢, ils se sont dit : Vendons-la 49¢. Les gens allaient en foule acheter ces montres à ces magasins et, une fois rendus, achetaient probablement quelques autres articles au prix régulier.

Ce qui arriva ? Eh bien, les bijoutiers, les quincailliers, les magasins du coin, dans tous les États-Unis, qui avaient auparavant acheté des montres Ingersoll n'allaient pas en commander de nouveau quand elles se vendaient dans d'autres magasins 49¢ ou même 79¢. Ils ont simplement cessé de commander des montres Ingersoll.

Les quelques magasins qui les avaient vendues 79¢ ont eu leurs beaux jours, quelques veinards ont pu obtenir une bonne montre pour 49¢, mais ce bon temps n'a duré que quelques mois et la montre Ingersoll a disparu du marché américain.

Depuis 10 ou 15 ans, — plus de 15 ans après la disparition de la montre Ingersoll du marché, — la seule montre qu'on peut acheter à son jeune fils qui termine ses études primaires coûte $2 ou $3. Cet exemple nous a fait voir comment la fixation des prix a fonctionné et s'est répandue aux États-Unis.

Je passe à la place que tient la fixation des prix dans la quincaillerie. La lecture de vos délibérations m'a révélé qu'on a eu quelque difficulté, — tout comme au comité MacQuarrie, — à établir dans quelle mesure nous avons la fixation des prix au Canada. Les Canadiens attachent moins d'importance à la statistique que les Américains. C'est du moins ce que j'ai constaté dans la préparation de notre mémoire. Parmi les services que rend notre association à ses membres dans tout le Canada, nous avons ceux de notre statisticien. C'est M. Firth, que je vous ai présenté et dont la fonction consiste à calculer les marges de bénéfice en se fondant sur la coutume établie dans le commerce de la quincaillerie. Autrement dit, — que M. Thatcher me corrige immédiatement si je me trompe, — il y a certains articles de quincaillerie qu'on vend au public et d'autres, comme les matériaux de couverture pour toitures, qu'on vend aux entrepreneurs. Si je ne m'abuse, ces matériaux de couverture comportent une marge de bénéfice beaucoup plus faible, parce que le marché en est beaucoup plus restreint. Fort de l'expérience générale qu'il possède, notre organisme s'occupe de calculer les marges de bénéfice propres à ce commerce et les majorations qui s'imposent de temps à autre.

Comme M. Firth peut vous le dire, notre méthode consiste à vérifier périodiquement les prix, de trois grossistes. Nous prenons le plus bas prix auquel ces trois grossistes vendent tel ou tel article et lui appliquons les différents taux correspondant aux marges de bénéfice qui, d'après notre expérience, permettront au détaillant de demeurer dans les affaires et d'y gagner sa vie. Le pourcentage d'un article à l'autre. Nous établissons ensuite une liste, que nous distribuons à nos membres : c'est un des services qu'ils obtiennent de notre organisme. Ce prix-courant forme un gros volume, un énorme volume, qui renferme 26,500 articles.

Après avoir effectué un échantillonnage, — vous savez sans doute, messieurs, ce que j'entends par échantillonnage : nous n'avons pas repassé tous les 26,500 articles, mais nous avons choisi un grand nombre de produits à titre d'échantillons, — M. Firth a tiré la conclusion que la fixation des prix s'appliquait à 2,094 articles de notre prix-courant. Il y a 2,094 cas où les fabricants disent : "Le prix est tant" et ils feraient probablement des difficultés si le détaillant ne s'en tenait pas à ce prix. Le chiffre de 2,094 représente 7.89 p. 100 de l'ensemble. Pour ce qui est du pourcentage relatif à la valeur des produits en cause, il est plus difficile de l'établir, mais un relevé effectué par nos directeurs, qui sont tous engagés dans la vente au détail des articles de quincaillerie, indique qu'il est de 10 ou 15 p. 100.

Or, messieurs, ce pourcentage n'est pas plus élevé que celui que mentionne le comité MacQuarrie : 15 p. 100. Le pourcentage, quant à la valeur, semble donc s'établir entre 10 et 15 p. 100. Je crois qu'il est intéressant de mentionner ici les chiffres du rapport du comité britannique. Je vais revenir plusieurs fois sur ce rapport intéressant (vous en avez peut-être pris connaissance), fruit, je crois, de deux années d'audition de témoins. Nous dirons plus tard à ce sujet qu'on n'a pas tenu suffisamment compte de ce document dans les voeux énoncés au rapport du comité MacQuarrie.

En 1949, le comité britannique a conclu de son enquête que ce pourcentage s'établissait entre 5 et 10 p. 100. C'est à la page 10 de mon mémoire, messieurs : une brève citation de la page 69 des procès-verbaux britanniques.

Qu'en faut-il conclure ? Comme dit le rapport MacQuarrie : "si le pourcentage est aussi faible, il ne justifie pas l'intervention du gouvernement". Ce n'est pas tout. Je vous ai énuméré les cinq traits caractéristiques du commerce de la quincaillerie au détail. Une enquête effectuée chez les quincailliers révèle que les articles à prix imposés sont pour la plupart des articles que le consommateur renouvelle souvent. Les articles qu'il achète très rarement, comme un marteau, une truelle, un niveau de maçon, tombent moins souvent dans la catégorie des produits à prix imposés. Ainsi, les articles indispensables, les produits à l'égard desquels il existe une demande à peu près générale, sont habituellement assujettis à la fixation des prix de revente. Voilà pourquoi la question revêt pour nous une si grande importance. Ce n'est pas pour que la fixation du prix de revente ne porte que sur 7.89 p. 100 des articles de notre commerce que le Comité doit s'en désintéresser. La seule façon d'avoir une vue d'ensemble de la question, c'est de prendre des cas en particulier et de se demander : "Que se passe-t-il dans ce cas-ci ?" Il s'agit, dans notre commerce, de 7.89 p. 100 seulement des marchandises, mais il faut étudier la situation à l'égard d'autres commerces. A mon avis, le comité MacQuarrie, en disant que la proportion n'était pas assez forte pour motiver l'intervention de l'État, n'a pas très bien saisi cet aspect de la question.

J'ai dit que j'allais consacrer quelques minutes au rapport soumis par le comité anglais. Je remarque que vous avez pris connaissance des passages de ce rapport qui figure aux pages 12 à 14 de notre mémoire. Ce comité a effectué des enquêtes, de divers points de vue, auprès des fabricants. Il a interrogé des fabricants, des distributeurs et des consommateurs, un grand nombre de consommateurs.

Dans le paragraphe en question, dont je me dispense de donner lecture, je signale que ces conclusions du comité anglais méritent un examen attentif. On y souligne l'importance des connaissances techniques que doit posséder le vendeur. On y souligne la lenteur du roulement pour ce qui est de quelques-uns de ces articles. Ce sont là des problèmes réels qui se posent dans notre commerce et qui peuvent se retrouver dans d'autres commerces. Il est reconnu que, dans plusieurs secteurs, on est forcé d'établir certaines conditions en matière de prix. Avant de répondre au commis voyageur qui lui demande combien il désire de marteaux de tapissier, par exemple, le marchand doit se dire qu'il lui faudra peut-être des mois pour en écouler une certaine quantité. Les achats doivent s'effectuer en fonction des ventes. On est porté à voir d'un mauvais oeil la recherche du bénéfice, mais il faut se rendre à l'évidence : tout homme d'affaires agit en vue d'un bénéfice. Je crois que le ministre des Finances reconnaît ce fait. Les marchands, qui doivent réaliser un bénéfice sur leurs achats, ne chargeront pas leurs rayons de, mettons, 20 grosses de marteaux de tapissier, s'ils n'ont pas l'assurance que le prix n'en tombera pas à rien dans un ou deux mois. Au risque d'encourir votre blâme pour de trop nombreuses citations, je vous donne lecture des derniers voeux du comité anglais ; le texte, qui n'est pas très long, commence au bas de la page 16. Avant de le faire, je signale que la situation, en Angleterre, ressemble beaucoup à celle qu'on trouve au Canada ; la fixation des prix n'y a jamais été illégale, le droit commun l'a toujours reconnue comme étant légale. En Angleterre, dans une cause qui remonte à 1783, les tribunaux ont rendu un jugement confirmant la fixation des prix, qu'aucune loi n'a rendue illégale par la suite. Quand le comité anglais a étudié cette question en 1949, il se trouvait donc dans la même situation que celle où nous nous trouvons ici. Voici ce qu'il a dit : "Nous sommes d'avis . . ." Je ne retarderai pas les travaux du Comité en donnant lecture d'une foule d'autres passages du rapport anglais, mais j'exhorte tous les membres du Comtié à se procurer ce rapport et à le lire. A mon avis, chaque mot de ce rapport serait utile au Comité. Voici la conclusion définitive qu'on tire des faits exposés :

> 162. Nous sommes d'avis que le fabricant d'un produit marqué reste responsable de la qualité du produit vendu sous sa propre marque de fabrique ; il ne saurait donc demeurer indifférent aux conditions qui en régissent la vente au public. Les dépositions que nous avons entendues révèlent que les produits portant une marque de fabrique bien connue se prêtent plus facilement à la vente à sacrifice par les distributeurs ; nous sommes convaincus que cette pratique ne procure aucun avantage durable au fabricant, au distributeur ni au consommateur en général. La fixation des prix de revente offre un moyen commode de protéger les marques de fabrique contre tels ou tels abus de la part du distributeur.

L'alinéa 163, messieurs, contient le voeu suivant :

> 163. Nous recommandons de ne prendre aucune mesure qui priverait le producteur pris individuellement de la faculté de prescrire et d'imposer les prix de revente des produits portant sa propre marque.

Voilà, messieurs, la conclusion à laquelle est arrivé en définitive, après avoir enquêté pendant deux ans, un comité hautement compétent en Grande-Bretagne. Je mentionnerai tout à l'heure, les constatations parallèles de la Federal Trade Commission aux États-Unis. Nous arrivons maintenant, messieurs, à ce qui constitue, à notre avis, l'aspect négatif de la proposition. La question dont nous sommes saisis est rédigée de la façon suivante : "La fixation des prix de revente comporte-t-elle certaines tendances nuisibles à l'intérêt public ?" C'est là une question qui intéresse tous les membres du Comité parce qu'elle nous concerne tous ; je dis "nous" à dessein parce que c'est nous qui vendons au public et que si le consommateur n'est pas satisfait, nous n'avons qu'à nous retirer des affaires ; l'intérêt public est notre propre intérêt à tous. Messieurs, l'étude que j'ai faite de ce sujet n'a révélé de la part des groupements de fabricants, de grossistes, ou même de consommateurs, aucune opposition organisée à la fixation des prix de revente. Prenons le citoyen moyen : J'ai mené, de mon propre chef, une petite enquête depuis quinze jours; j'ai pu constater que l'homme de la rue déclare s'opposer au maintien d'un prix élevé par les fabricants. Demandez-lui s'il comprend le sens de la fixation des prix, et vous verrez qu'il ne s'en rend aucun compte ; il s'imagine vaguement que quelqu'un établit un prix plus élevé qu'il ne devrait être, ce qui est évidemment mauvais. J'ai pu constater que cette idée s'est fait jour dans les écrits de tous ceux qui s'opposent à la fixation des prix, qu'ils soient économistes, législateurs ou même juges. Messieurs, la situation aux États-Unis est critique. A Washington (je le dis en tout respect pour nos amis d'outre-frontière), on a une véritable hantise des trusts. Dès que deux personnes discutent le prix d'un article, on dit qu'il s'agit d'un trust, ce qui est nuisible et contraire au texte de la constitution, ou pour le moins, à l'intérêt public ; c'est pourquoi, la Cour suprême des États-Unis a été jusqu'à dire (allant plus loin que M. McGregor n'aurait même eu l'idée de le faire ici) qu'aux termes du *Clayton Act,* tout accord vertical constituerait une coalition. Un fabricant pourrait donc constituer, à lui seul, une coalition ; voilà jusqu'où va leur hantise. Il suffit que deux parties discutent un prix (à moins qu'il ne s'agisse d'organismes officiels) pour parler d'un "trust", sans plus. Cette attitude se fait dans tous les écrits : Vous trouverez des économistes qui vous diront : "La fixation des prix est contraire à l'intérêt public", et on le répétera à tous les échos. La même chose, messieurs, se dessine dans ce pays. Nous adoptons un peu, — pas autant qu'eux mais un peu, — l'idée que deux personnes discutant un prix, même si ce n'est pas sur le plan horizontal, tendent à préparer, comme je l'ai dit dans mon exposé, un terrain propice à l'établissement d'une "coalition", mot que nous n'aimons pas au Canada. C'est, à mon grand regret, une des choses que le comité MacQuarrie, dans son rapport, n'a pas tirée au clair. Il aurait constaté entre autre, que les accords tendant à la fixation des prix de revente, facilitent l'entrée officielle ou tacite des fabricants dans une coalition. Notre mémoire est tout à faire clair. Comme le Comité, nous n'aimons pas les coalitions. A notre avis, elles sont contraires à l'intérêt public et le droit coutumier les considère ainsi depuis 1783. Aux États-Unis, la législation relative aux coalitions ne remonte pas à l'adoption de la loi Clayton, en 1890 ; au Canada, elle existait déjà avant l'adoption de la loi des enquêtes sur les coalitions. Dès 1783, le droit coutumier stipulait que si un fabricant était libre de fixer le prix de la marchandise qu'il vend à son client, il était contraire à l'intérêt public qu'il s'entendît à l'égard de ce prix avec un autre fabricant. Le principe n'est pas nouveau, comme on le voit. On semble croire de plus en plus au Canada que vu qu'elle faciliterait l'établissement de coalitions, la fixation des prix est préjudiciable. L'autre jour, un ancien fonctionnaire que nous respectons

tous et qui a, avant de prendre sa retraite, fait un apport considérable à la législation du pays, a comparu devant le Comité. Vous l'avez entendu et j'ai lu ses observations avec beaucoup d'intérêt. Je vais citer trois déclarations qu'il a formulées, car elles révèlent, à mon sens, la tendance qui se fait jour actuellement au Canada. Comme en fait foi la page 390 du compte rendu, M. McGregor s'est exprimé ainsi : "Cette pratique s'est répandue de façon alarmante en ces dernières années". Je ne vais pas vous en lire de longs extraits, car vous en avez tous pris connaissance. M. McGregor a approfondi la question dans une certaine mesure, il est vrai, mais qui donc cette pratique alarme-t-elle ? Ceux qui craignent que certaines gens pourraient ainsi se grouper plus facilement afin de former une coalition. A mon avis, le Parlement a pour fonction d'adapter la loi des enquêtes sur les coalitions à la réalité, c'est-à-dire, aux faits que présente l'économie moderne du Canada. Si le texte n'en est pas assez énergique à l'heure actuelle, modifions-le, mais en tenant compte des traditions du droit coutumier. Parce que certaines gens peuvent, de façon discrète, poser des actes qui, à notre avis, constituent une coalition, — mais dont on ne saurait démontrer qu'ils en constituent une aux termes actuels de la loi, — n'allons pas modifier la loi des enquêtes sur les coalitions de façon à rendre, du même coup, d'autres actes illégaux. S'il existe entre fabricants certaines ententes qui ne sont pas visées par les dispositions actuelles de la loi des enquêtes sur les coalitions, modifions la loi, perfectionnons la, chargeons les légistes du Gouvernement d'en combler les lacunes, tout en gardant l'idée générale qui est de combattre les accords sur le plan horizontal. Rendons-en le texte aussi sévère qu'on désirera, mais ne changeons pas le concept existant depuis 1783. L'auteur s'en alarme, mais il n'approfondit pas la question. A la page 395 des témoignages, il affirme :

> Le but essentiel de la fixation des prix de revente étant d'empêcher la vente au-dessous du prix minimum établi, elle a évidemment pour effet de maintenir les prix, sur toute la ligne, à un niveau plus élevé qu'il ne le serait autrement.

Voilà une déclaration tout à fait incomplète au sujet de la fixation des prix : "... elle a évidemment pour effet de maintenir le prix sur toute la ligne, à un niveau plus élevé qu'il ne le serait autrement". C'est le mot "évidemment" que je désapprouve, messieurs. Voilà un témoin qui comparaît devant le Comité en qualifiant quelque chose d' "évident" sans en fournir la preuve. Cette allégation ne s'appuie sur aucun fait. En tant qu'avocat, j'hésite fort à dire que quelque chose est évident. Le terme "évidemment" paraît également à la page 396 où il est dit :

> Tout d'abord, la fixation des prix de revente est une méthode qui tend évidemment à empêcher la réduction des prix de détail, qu'elle empêche en effet.

L'un de nous a-t-il eu connaissance de quelque réduction du prix de détail en ces cinq dernières années ? Elles ont été fort rares. Nous allons vous démontrer dans notre mémoire que l'un de nos articles dont le prix est fixé a légèrement baissé, tandis que les marchandises dont le prix est libre ont toutes augmenté ; cependant, M. McGregor déclare que la mesure est destinée à empêcher la réduction des prix de détail, et qu'elle l'empêche en effet. Je vous engage, en toute justice envers le Comité et le pays, de ne pas approuver des modifications aux Lois simplement parce que d'aucuns sont d'avis qu'il s'agit d'une pratique évidemment contraire à l'intérêt public. A mon sens, il faudrait des preuves à l'appui ; je suis donc fort heureux que nous ayons quelques renseignements statistiques qui pourront vous aider.

Je vous ai promis de commenter ce qui s'est passé en 1783. Ce n'est pas dans mon mémoire et je ne ferai que le mentionner. Etant donné que nous avons parmi nous une couple de juristes, ceux-ci voudront peut-être en discuter.

LE PRÉSIDENT : Nous en avons plus qu'une couple.

LE TÉMOIN : La douzaine du boulanger.

M. CARROLL : Nous en avons une couple de bons.

LE PRÉSIDENT : Quelqu'un a dit que nous en avions une couple de bons.

LE TÉMOIN : Il s'agit de lord Mansfield qui a, en 1783, dans le procès de Rex contre Eccles, 1 Leach 274, fait la déclaration suivante :

> Ceux qui possèdent des marchandises peuvent les vendre au prix qu'il leur plaît ; mais s'ils forment une coalition, et s'accordent pour ne pas les vendre au-dessous de certains prix, celà constitue une conspiration.

Voilà, messieurs, si l'on remonte à 1783, la loi sur les coalitions. Elle fait partie du droit coutumier et je m'oppose à sa modification.

M. CARROLL : Quel est le passage cité ?

LE TÉMOIN : 1 Leach 274. Elle se trouve également sous la rubrique 99 E. R. 684.

De plus, le rapport MacQuarrie, dont j'ai déjà parlé, déclare à la page 18 : "Le maintien des prix de revente facilite et rend plus efficaces les ententes horizontales (tacites ou non) entre manufacturiers.

A mon avis, messieurs, s'il existe des accords sur le plan horizontal, je suis d'avis qu'il y a lieu de modifier la loi, que ces ententes soient tacites ou non.

L'hon. M. Fogo :

D. La déclaration que vous venez de lire est-elle exacte ? — R. Je cite la page 18 du rapport.

D. Vous en lisez un extrait, mais à votre avis, est-il exact ou erroné ? — R. Je soutiens que rendre illégale une chose parce qu'elle en favorise une autre est une pratique des plus répréhensibles.

D. La constatation des faits est-elle exacte ? — R. Je dirais qu'on n'a pu le prouver. Au cours de mon enquête, seuls ces messieurs de Washington, D.C., pour qui les trusts constituent une véritable hantise, voyaient dans cette mesure, selon leurs écrits, une partie intégrante d'une coalition horizontale. C'est exactement ce qu'ils diront. Ils diront que la fixation des prix est nuisible parce qu'elle constitue un terrain propice aux réunions à huis clos de gros bonnets. Ce n'est pas la bonne façon d'envisager la question. Si les gros bonnets se retrouvent en catimini, que la loi sévisse contre la pratique. Mais ne déclarons pas une chose illégale qui est parfaitement légale depuis 1783, et que les États-Unis ont eu grand peine à légaliser. Nous arrivons maintenant, messieurs, à une question très importante que soulève le rapport MacQuarrie. Elle fait partie de l'aspect négatif de mon mémoire. La fixation des prix de revente ne signifie pas des prix élevés. Les prix élevées nous intéressent tous, messieurs. Commençons par la constatation qui se trouve à la page 19 du rapport MacQuarrie :

> ... le niveau général des prix, sous le régime du maintien des prix de revente, est plus élevé qu'il ne serait sous un régime de concurrence.

Voilà une déclaration qui n'est pas étayée par des preuves. Le comité ne nous dit pas que son enquête sur divers points a démontré les motifs de ce niveau plus élevé,. Voyons maintenant les conclusions d'autres commissions d'enquête. A la page 20 de notre mémoire, figure un extrait des constatations de la Commission fédérale du commerce des États-Unis que le professeur Fuller vous a servi probablement comme argument, ou qu'à mon avis le groupement en question a pour le moins souligné. Vu l'importance que revêt cet aspect de la question, je voudrais que vous l'entendiez à nouveau. Vous vous souvenez peut-être que, dans son rapport, le comité MacQuarrie a cité cinq constatations de la Federal Trade Commission au sujet des conséquences qu'entraînait la mise en vigueur de la fixation des prix. La situation aux États-Unis est intéressante en ceci, qu'il s'agit pour autant que je sache, du seul pays au monde dans lequel nous pouvons étudier, la mise à effet de la fixation des prix, et nous devrions le faire avec le plus grand intérêt. Les États-Unis présentent l'exemple d'un pays où la fixation des prix n'existait sous aucune forme mais qui, dans l'espace d'une couple d'années, l'a légalisée. Je sais bien, Messieurs, que certains d'entre vous diront que le Bureau of Education on Fair Trade n'agissait pas par désintéressement. Mais je ne crois pas que l'Eli Lilly poursuivait un intérêt particulier dans cette affaire. Après avoir étudié le rapport d'Eli Lilly, j'ai pu constater ce qui s'était passé au moment où l'on a introduit la fixation des prix. Le rapport MacQuarrie a fait état de ces cinq points. Tous se rapportaient aux répercussions exercées par le maintien des prix. On signalait que les prix augmentaient dans certains magasins, tandis qu'ils diminuaient dans les entreprises indépendantes ; malheureusement, et je le regrette, le rapport MacQuarrie s'est arrêté au cinquième point sans reproduire le prochain alinéa, qui était ainsi conçu :

> 6. Les fabricants des produits pharmaceutiques à prix fixés que cite le présent rapport ont généralement établi des prix minimums rentrant dans l'éventail de ceux que prenaient leurs clients à gros débit juste avant que la vente des articles portant leur marque fut assujettie aux contrats fixant le prix de revente minimum.

C'est tout ce que j'ai pu trouver durant le délai dont je disposais. Il n'existe à Toronto qu'un seul exemplaire de ces publications ; M. Fuller l'avait entre les mains et je n'ai pu l'obtenir. Il s'agit du rapport d'une commission d'enquête sur la fixation des prix de revente que le président du Board of Trade a présenté au Parlement au mois de juin 1949, d'ordre de Sa Majesté.

LE PRÉSIDENT : Je signale aux membres du Comité qu'on peut se procurer, à la bibliothèque et au bureau du Comité, ce rapport ainsi que le hansard britannique de 1951 et le dernier Livre blanc du Gouvernement.

M. FLEMING : Y en a-t-il assez d'exemplaires pour les faire circuler parmi les membres du Comité ?

LE PRÉSIDENT : J'ai demandé au conseiller juridique de la Commission et à la bibliothèque quelle était l'envergure de la demande ; si je puis m'exprimer ainsi, on m'a répondu que la demande avait été insignifiante.

M. FLEMING : Probablement parce que nous sommes submergés par tous les mémoires qu'on nous a soumis.

LE TÉMOIN : Il vous sera peut-être difficile de l'obtenir mais je vous en recommande la lecture. Il s'agit de 222 pages de texte serré et soigneusement

documenté. A propos, trois groupements de consommateurs, trois importantes associations féminines, ont comparu devant la Commission. J'ai lu un certain paragraphe du rapport de la Commission fédérale du commerce, ainsi que la conclusion de cette Commission américaine. J'avoue qu'il s'agissait du commerce des produits pharmaceutiques, objet de son enquête, mais elle a abouti à la conclusion que la tendance générale inhérente à la fixation des prix était de faire baisser les prix libres alors que les prix des marchandises vendues en grandes quantités restaient à peu près les mêmes ; en outre, certains des rabaisseurs de prix ont peut-être dû relever leurs taux, comme Macy l'a sans doute fait.

Le président :

D. La situation à Terre-Neuve vous est-elle familière ? — R. Je vous avoue que non, monsieur. Il me semble que les conclusions parallèles de la Commission britannique et de l'organisme américain comblent les lacunes de l'exposé MacQuarrie. Voici les conclusions du Comité britannique sur le problème des majorations (vous les trouverez à la page 14 du rapport anglais) : "Les marges de bénéfices que comportent les marchandises à prix fixés semblent plus petites que celles prévues pour les articles à prix libre. Les circonstances varient toutefois, pour chaque produit et pour chaque branche du commerce. Nous n'attachons pas grande importance au fait que les marges afférant aux produits de marque à prix fixé, surtout lorsqu'il s'agit de marques connues, sont généralement plus faibles. En fût-il autrement, nous nous en serions inquiétés, car ce genre de produit n'exige généralement pas le même effort de vente que les marchandises ne portant aucune désignation commerciale. Il n'y a donc aucune comparaison possible entre ces deux catégories de marchandises".

Voilà donc deux conclusions parallèles d'après lesquelles la fixation des prix n'augmente pas nécessairement ceux-ci. Nous nous sommes efforcés de déterminer ce qui s'était passé au Canada. Nous avons choisi une série d'articles de quincaillerie ; certains dont la vente était facile, d'autres qui s'écoulaient plus lentement ; par l'entremise de nos services de statistique, nous avons établi le graphique du mouvement des prix de ces produits pour les années 1939-1951. Voici le tableau No 1. Le premier tableau No 1, très court, figure à la page 6. Il s'agit ici du tableau No 1 à la page 23, qui se continu sur la page 24. Nous avons pris, tout d'abord, les peintures, qui s'écoulent relativement vite et forment l'un des principaux articles des quincailleries. J'ai choisi un produit à prix fixé et un produit à prix libre. Nous n'avons pu obtenir la moyenne pour les années 1935-1939 de façon à pouvoir la rapprocher des données du bureau de la Statistique ; lorsqu'il y avait plus d'un prix en 1951, nous en avons simplement tiré la moyenne. M. McGregor déclare qu'on ne peut se fier aux statistiques, parce qu'elles prouvent, pour ainsi dire, n'importe quoi; mais je puis vous assurer, messieurs, que tous les produits sur lesquels, j'ai demandé à M. Firth d'enquêter, figurent dan mon rapport.

Je ne vais pas vous lire tous ces chiffres, mais ceux d'entre vous, messieurs, qui en ont pris connaissance, se rendront compte que l'augmentation de prix sur les trois peintures à prix fixé, varie de 62.9 à 77.4. Il s'agit des prix de détail. Quant à l'article à prix libre, et qui se prête à la concurrence, il a monté au cours de la même période de 83.7. J'ai également fait ressortir les majorations qu'on exprime en pourcentage du prix de vente au détail. Les majorations se fondent souvent sur le prix de revient du grossiste, mais aux fins de mon calcul, j'ai préféré les fonder sur le prix que paye le client. Comme l'a dit M. McGregor, je suis ici en qualité de consommateur. Voici quelques autres articles : les

piles pour lampes de poches électriques accusent une augmentation de 30 p. 100, les encaustiques ont avancé de 15.4 p. 100 (vous remarquerez que les majorations sur les encaustiques sont insignifiantes). Les ampoules électriques me plaisent parce que je constate qu'elles ont baissé de 2 p. 100 en 1939-1951. La majoration y est de 25 p. 100. Au prochain chapitre figurent les ustensiles de cuisine, qui comprennent deux articles à prix fixe, dont l'un est un genre de bain-marie qui a augmenté de 80.4 p. 100, tandis qu'un autre genre de ce même ustensile accuse une avance de 74.2 p. 100 et qu'un autre encore, dont le prix n'est pas fixé a monté de 106.2 p. 100. Là encore, les majorations de ces trois articles sont presque identiques.

Nous arrivons maintenant aux outils ; nous constatons que dans la quincaillerie, le prix des outils est rarement fixé ; nous y trouvons des augmentations de prix très variées. Le dernier produit est la scie à main qui a passé de $4 à $7.01, tandis que les marteaux ont avancé de 112.7 p. 100, les rabots de 113.1 p. 100 et la plupart des produits se vendent sensiblement plus cher.

D. N'avez-vous pas dit que ces articles à prix libre étaient difficiles à écouler ? — R. Oui, ils tendent à se vendre difficilement, il s'agit d'articles techniques.

M. Fulton :

D. Un marteau n'est pas un outil hautement technique. — R. Non, mais je le considérerais quand même comme produit d'usage technique. Il me semble avoir mentionné les marteaux de tapissiers.

LE PRÉSIDENT : Non, vous avez parlé des marteaux ordinaires.

LE TÉMOIN : Messieurs, je suis ici à titre de consommateur et de juriste ; peut-être ai-je commis une foule de péchés d'omission et de commission, mais je me fie à la délégation considérable qui se trouve ici pour rectifier mes erreurs d'ordre technique. A la page 24, j'ai fait aussi ressortir les tendances nationales des prix publiées par le Bureau fédéral de la Statistique ; il s'agissait des chiffres du mois de septembre 1951. Vous constaterez que les prix des marchandises ont monté en moyenne de 121 p. 100 ; la catégorie la plus rapprochée de la quincaillerie que j'aie pu trouver est les fournitures de ménage ; ce n'est peut-être pas la catégorie exacte, mais elle accuse une avance de 99.1 p. 100. Je souligne immédiatement qu'il ne s'agit que d'un échantillonage limité et je me rends parfaitement compte, que certains membres de l'assistance pourraient bien me demander pourquoi je n'ai pas mentionné telle ou telle chose. J'indique simplement les mesures que le Comité devrait prendre à mon avis. Je ne désire aucunement voir rappeler M. McGregor cet après-midi et l'entendre dire que j'ai tenté de démontrer mon point de vue en choisissant douze ou quatorze articles particuliers comme preuve à l'appui. Rien ne serait plus éloigné de la vérité.

M. BEAUDRY : A mon avis, il n'y a aucun danger à cet égard.

LE TÉMOIN : Au cours de mon enquête, j'ai demandé à mes collègues de m'indiquer la tendance des prix de douze à quinze produits divers qui, chose curieuse, semble appuyer la théorie dans son ensemble. Ces données renforcent les constatations de la Commission fédérale du commerce des États-Unis et du Comité britannique.

Il existe, d'autre part, un appendice que je n'analyserai pas par le détail mais qui, à mon avis, pourrait intéresser le Comité s'il en prend connaissance. J'ajoute que ces renseignements ont été recueillis à un moment où nous

étions loin de considérer la fixation des prix comme un problème ; on a procédé à ce recueil pour rendre service aux quincailliers, en leur permettant de se rendre compte des résultats que donnaient leurs prix. C'est le genre de service que nous tâchons de rendre à nos membres. Nous avons donc procédé dans sept villes différentes, à une enquête qui nous a permis d'établir une moyenne. Je souligne à nouveau, Messieurs, qu'il s'agit là de prix de détail. Je désire que vous vous rendiez bien compte que ces taux se fondent sur le prix de vente de l'article en question. C'est le genre de liste que nous fournissons à chacun de nos membres contre une petite cotisation et qui comprend des pages et des pages. Dans la dernière colonne de chaque page de l'Appendice A, vous verrez la majoration que propose notre expert en statistique. Vous y trouverez de petites variantes et il serait, me semble-t-il, de quelque intérêt pour vous d'étudier les écarts entre les majorations des différents articles ; je réïtère, à ce propos, qu'on n'a pas tenu compte de la différence entre les marchandises à prix fixés et celles dont le prix est libre. Lors de l'enquête qui a eu lieu au mois de mai dernier, on n'a pas cherché à établir cette différence et aucune tentative dans ce sens n'est intervenue depuis. Je serais heureux d'avoir l'occasion d'examiner l'appendice A tout au long, afin d'établir combien d'articles avaient un prix imposé, pour remonter ensuite à 1939 et constater ce qui leur était arrivé depuis cette date. Vous ne nous avez pas accordé beaucoup de temps et il nous a fallu travailler ferme pour arriver à vous soumettre quelque chose.

M. FLEMING : Combien de temps vous faudrait-il pour préparer les renseignements résultant de l'enquête ?

M. FIRTH : D'après moi, il serait possible de fournir une partie des données statisques dans quinze jours, mais ce serait une tâche formidable.

L'HON. M. GARSON : Cela pourrait tout de même servir d'échantillon.

LE TÉMOIN : Ce serait un exemple très sérieux.

M. HEES : Un exemple qui en vaudrait la peine.

M. Fleming :

D. Cela vaudrait-il la peine à votre avis, d'attendre deux semaines ? — R. J'en serais heureux. Il me semble que ce serait une grand aide pour tout le monde, quelque chose qu'on n'a encore jamais entrepris au Canada. Au cours de la Conférence annuelle de notre Association, qui aura lieu au mois de janvier prochain, j'insisterai pour qu'on élabore le moyen d'obtenir des petits commerçants indépendants, l'établissement de dossiers qui seraient fort utiles.

M. Fleming :

D. Il me semble que vous avez réuni, sur les pages de l'appendice A, environ 300 produits différents.

LE PRÉSIDENT : A mon avis, M. Dunn a presque fini, et c'est à l'honneur de son association d'avoir préparé un mémoire aussi complet que celui qu'elle a présenté.

LE TÉMOIN : Il me semble qu'il serait plus simple pour moi de terminer ma déclaration, que je m'efforcerai d'abréger autant que possible. La prochaine question, que le Comité a déjà débattue autant, sinon plus, que tout autre problème, est de savoir si la fixation du prix de revente ne limite pas la concurrence. Il vous intéressera peut-être que le rapport MacQuarrie contient un passage auquel je me rallie d'emblée et qui renferme l'expression qui m'a séduit : "Régie sociale des prix".

Je suis tout en faveur d'une réglementation sociale des prix, mais ne me demandez pas, messieurs, de vous répondre par oui ou par non... je m'aperçois que M. Phelan vient de sortir.

LE PRÉSIDENT : Il va revenir.

LE TÉMOIN : N'allez pas me demander de vous répondre par oui ou par non, parce qu'il vous faudrait définir ces termes.

Je vais essayer de devancer votre question en vous faisant part des renseignements que j'ai trouvés avant de monter dans le train hier soir. J'ai voulu découvrir le sens exact du mot "social". Tout ce que je possède chez moi, est un *Concise Oxford Dictionary,* qui est bon je crois...

LE PRÉSIDENT : Très bon, en effet.

LE TÉMOIN : Dans mon bureau, j'accepte ce que ma secrétaire me dit avoir trouvé dans ce dictionnaire.

La définition qu'il donne du mot "social" est la suivante : "inapte à la vie solitaire ou ne la pratiquant pas".

LE PRÉSIDENT : Bref, c'est une coalition.

M. FLEMING : Il pourrait s'agir des députés.

LE TÉMOIN : Messieurs, peut-être ne réussirai-je pas à devancer la question mais je m'exprimerai ainsi : Je suis en faveur de la régie sociale des prix parce que nous vivons dans une société, c'est-à-dire que nous vivons d'une manière sociale. Nous ne vivons pas exactement dans une ambiance socialiste puisque ce terme est de nature politique. Certaines parties du monde ont un régime socialiste, mais pas nous et c'est au Parlement de décider s'il en sera jamais ainsi.

LE PRÉSIDENT : A la population vous voulez dire.

M. FULTON : C'est à la population à en décider.

LE TÉMOIN : Nous vivons dans un état de choses social et nous n'y vivons pas seuls. Puisqu'il en est ainsi, nous sommes tenus de nous régir nous-mêmes conformément aux intérêts des autres, voilà le sens de la régie sociale.

Il me vient à l'esprit un petit exemple : on parle de liberté, et il a souvent été question de la concurrence libre et de la libre entreprise. On se sert tout le temps du mot "liberté". On demande au témoin : "Croyez-vous à la libre entreprise ? Cependant, messieurs, si quelqu'un me posait cette question, je ne lui répondrais qu'après avoir défini tant le terme de "liberté" que celui d' "entreprise" ; quand j'aurai pris le temps nécessaire de préciser ces deux mots, il ne m'en restera plus pour répondre aux questions, ce qui serait désastreux. J'espère donc qu'on ne formulera pas cette question.

J'ai toutefois à l'esprit, un petit exemple que je considère comme une réponse. C'est une illustration très simple de la liberté et de notre façon sociale de vivre.

Il s'agit d'un écriteau affiché à un lampadaire devant ma maison, à Toronto, et sur lequel on lit les mots "défense de stationner".

L'HON. M. BEAUBIEN (*Président conjoint*) : Vous a-t-on jamais dressé une contravention ?

LE TÉMOIN : Loin de moi cette pensée ;

M. FULTON : Ne le lui demandez pas.

LE TÉMOIN : Ne me demandez pas ce qui se passerait si l'on m'en dressait une, ce serait encore pis.

Dans l'intérêt de la société, on porte atteinte à ma liberté. Beaucoup de monde circule dans ma rue, j'habite près d'Avenue Road et de la rue St-Clair. Autrefois, quand une ferme longeait la grand route elle vous appartenait. Mais depuis que nous vivons dans des régions surpeuplées, elle ne nous appartient plus. Elle appartient à M. Fleming et à d'autres, qui se rendent en ville et en reviennent en passant devant chez moi. L'écriteau qui m'interdit de stationner devant ma propre maison, est destiné à accommoder M. Fleming et d'autres encore.

Voilà le genre d'ingérence sociale . . .

M. FLEMING : Je m'élève contre une telle accusation ; je ne passe pas par cette rue . . . et je n'y stationne pas.

LE TÉMOIN : Mieux vaut pour vous ne pas y stationner. Voilà une de ces atteintes à notre liberté qu'il nous faut supporter afin de vivre dans une collectivité sociale.

Je ne me lancerai pas dans un discours sur la liberté de l'entreprise, je voulais simplement prendre les devants. J'affirme que la fixation des prix est une régie sociale des prix et c'est pourquoi le terme me plaît ; je peux l'adapter à ma théorie.

L'HON. M. GARSON : Et qui est-ce qui exerce cette régie sociale ?

LE TÉMOIN : Je ne saurais vous répondre en deux mots, monsieur. Voulez-vous une réponse détaillée ?

Le président :

D. Etant tous parlementaires, je crois que nous connaissons la réponse. — R. Celle que je devrais donner ?

D. Non, la réponse à la question. — R. Il me semble, cependant, que c'est là le but de l'enquête que vous menez.

D. Voilà la réponse à la question de M. Garson : C'est le Gouvernement ; de par la volonté du peuple, n'est-ce pas ? — R. Parfaitement. Mais cela ne constitue pas la réponse à la question qu'a posée M. Garson. M. Garson voulait m'entendre dire qu'il s'agit d'une régie sociale du fait du fabricant.

L'HON. M. GARSON : Certainement.

LE TÉMOIN : C'est ce qu'il s'attendait à m'entendre dire si j'avais répondu en deux mots ; mais on ne peut y répondre en deux mots.

Et bien, puisque nous avons entamé la question, il faut en finir.

M. HEES : A la bonne heure.

LE PRÉSIDENT : Je vais vous remettre un peu plus loin sur la liste, Monsieur Hees ; il pourra ainsi utiliser une partie du temps alloué.

M. FULTON : M. Garson a posé une question.

M. FLEMING : Puisque la question a été soulevée, permettons au témoin d'exposer son point de vue.

LE TÉMOIN : Je regrette de ne pas avoir répondu à votre question. Je ne me rends pas à l'avis de M. Garson parce qu'il est membre du Cabinet. Mais il a soulevé un point tellement intéressant que je ne désirerais pas m'en écarter ; je ne puis toutefois, lui répondre en deux mots.

LE PRÉSIDENT : Les membres du Comité attendent apparemment avec impatience le moment de vous interroger. M. Croll, Mme Fairclough, M. Thatcher, M. Hees et d'autres encore seront heureux, sans doute, de vous poser la question ; vous aurez dix minutes pour y répondre.

M. FLEMING : Nous devrions arriver à élucider le point.

LE TÉMOIN : Rappelez-la moi, monsieur Garson.

L'HON. M. GARSON : Je ne crois même pas figurer sur la liste.

LE TÉMOIN : M. Hees l'inscrira peut-être sur sa liste de questions, mais son tour de prendre la parole ne viendra que plus tard.

LE PRÉSIDENT : Non, il n'a pas perdu son tour.

LE TÉMOIN : Je déclare tout simplement, que nous avons la régie sociale des prix, née du développement progressif de l'économie dont je me suis efforcé tantôt de tracer les grandes lignes. Ce genre de restriction a mon entière approbation. Il s'agit de restreindre ce genre de concurrence irréfléchie qui se ferait jour s'il n'intervenait pas une sorte de régie sociale de la concurrence. Je m'aventure sur un terrain délicat en parlant de "régie sociale de la concurrence". M. Garson répondra que seul le Parlement peut établir une pareille régie. En effet, mais en dernier ressort.

Toutefois, il me revient à la mémoire que dans un des cours d'économie politique que je suivais à l'université, il fut question de l'époque du grand essor des transports maritimes en Amérique du Nord, qu'avait provoqué l'invention de la machine à vapeur. Des compagnies de navigation rivales s'établirent. Il s'agissait d'affaires de grande envergure et de grands bateaux coûteux. Sous l'aiguillon de la concurrence, elles se mirent à réduire les tarifs, à qui mieux mieux, si bien que toute l'industrie des transports de l'Atlantique nord fut bientôt acculée à la faillite ; si cet état de choses s'était maintenu, les navires auraient fini par rouiller dans les bassins de Liverpool ou de New-York.

Cependant, les compagnies se sont mises d'accord pour former un cartel des transports maritimes de l'Atlantique nord. Je n'en commenterai pas l'aspect économique dans tous ses détails ; je me souviens de l'avoir étudié lorsque je fréquentais l'université. J'ignore l'organisation de ce cartel, qui est peut-être régi par une convention internationale puisqu'il concerne divers pays. Toutefois, on a dû prendre des mesures pour sauvegarder ce que M. Garson appellerait peut-être simplement la libre concurrence. Il y a lieu de définir ce terme. A mon avis, toute concurrence qui méconnaît les intérêts d'autrui sur le plan social est contraire à l'intérêt public.

Il existe une forte concurrence dans le domaine de la quincaillerie comme dans tout autre genre d'affaires, et ce n'est qu'à titre d'exemple que je choisis cette branche. La concurrence oppose les uns aux autres les articles de marque nationale que vendent les détaillants ; en outre, il existe une très âpre concurrence entre ces articles et les produits de marque privée, fabriqués spécialement pour telle ou telle entreprise de détail.

Je ne veux pas dire que ces articles ne sont fabriqués qu'à l'intention d'Eaton ou de cette maison de Vancouver qui vient de nous soumettre son

mémoire aujourd'hui. Il s'agit également de la petite pharmacie qui vend son propre sirop contre la toux, le remède X, le meilleur qu'on puisse trouver dans sa localité. C'est une marque privée.

N'oublions pas non plus que ces marques privées se trouvent sur toute la ligne, an allant d'Eaton au petit bonhomme qui prépare une mixture dans son officine. Ces marques privées se font concurrence.

J'approfondirais volontiers la question, mais je n'en ai pas le temps. J'aimerais toutefois, vous inviter à réfléchir sur le fait que le fabricant d'un article portant une marque de commerce doit tenir compte, dans la vente et la publicité, de la concurrence des marques privées quand il établit le prix qu'il juge équitable. Il ne peut fixer ce prix sans tenir compte des autres. C'est en quoi consiste la régie sociale de la concurrence.

LE PRÉSIDENT : Puis-je vous interrompre à nouveau. Nous prenons bien du temps . . .

M. FULTON : Nous devrions peut-être rappeler le témoin.

M. HEES : Pour cet après-midi peut-être ?

LE PRÉSIDENT : Si le Comité le désire, mais il y a deux points à considérer. D'une part, les membres du Comité désirent vivement, à mon avis, reprendre l'interrogatoire et, d'autre part, nous avons parmi nous certains membres du commerce du détail qui, je suppose, prendront la parole.

M. HEES : Pourrions-nous décider immédiatement s'il y a lieu de revenir cet après-midi ?

LE PRÉSIDENT : Nous pourrons en décider à une heure quand nous rendrons compte où en est rendu l'interrogatoire.

M. HEES : Au cas où nous reviendrions cet après-midi (et il me semble que nous désirons tous revenir, ce qui est à mon avis, la meilleure façon d'employer notre temps), le témoin actuel pourrait reprendre sa déposition sans qu'on eût à s'inquiéter du temps alloué.

LE TÉMOIN : Je voudrais consacrer encore environ un quart d'heure à la question en la traitant à ma façon.

LE PRÉSIDENT : Il me semble que chacun de vos arguments figurerait dans les questions que vont poser les membres du Comité. Vous pourrez ainsi traiter chaque point au cours de l'interrogatoire. Nous avons ici des hommes très habiles à procéder de la sorte.

M. FLEMING : Il serait bon de connaître le point que désire traiter M. Dunn.

M. FULTON : Il me semble que nous ne devrions pas imposer de restrictions à l'exposé d'un témoin.

LE PRÉSIDENT : Il était entendu que nous appellerions le témoin afin d'entendre le résumé de son mémoire. Le secrétaire du Comité a indiqué aux autres témoins qui avaient comparu que ce résumé devait durer dix minutes. Il devait y avoir ensuite un interrogatoire par le conseiller juridique sur les principaux points de l'exposé ; les membres du Comité poseraient ensuite d'autres questions. J'ai fait partie de beaucoup de comités, mais je n'en ai encore vu aucun dont tant de membres désiraient poser des questions. Vous avez d'autre part, mentionné des sujets comme le cartel des transports maritimes de l'Atlantique Nord qui ne rentre pas dans le factum en cause.

LE TÉMOIN : En effet, je ne crois pas que M. Phelan se bornera à m'interroger sur nos revendications.

LE PRÉSIDENT : A mon avis, M. Phelan vous interrogera au sujet de votre mémoire.

L'HON. M. GARSON : Nous nous sommes entendus avec toutes les autres personnes qui ont comparu et elles se sont tenues aux conditions posées. Le témoin actuel connaissait l'arrangement et il n'est pas déraisonnable de s'attendre à ce qu'il s'en tienne au règlement comme tous les autres.

M. HEES : Si le témoin est capable de souligner certains points dont l'importance aurait pour effet de modifier d'une façon quelconque le projet de loi, n'est-il pas juste qu'il les expose ?

M. FULTON : Dans le mémoire du témoin figure la rubrique suivante : "La fixation des prix de revente n'institue pas une méthode de droit privé". Le témoin a traité la question sous l'aspect général de la règlementation sociale des prix. Le prochain argument est formulé de la façon suivante : "La fixation des prix de revente ne nuit aucunement à la compétence économique.

Il faut certes permettre au témoin d'étayer sa thèse.

LE PRÉSIDENT : En réalité, il aurait épargné du temps en nous lisant son mémoire.

M. HEES : Personne n'a essayé d'enrayer l'exposé de M. McGregor lorsqu'il parlait en faveur des méthodes préconisées par le Gouvernement.

LE PRÉSIDENT : M. McGregor a comparu à votre demande.

M. HEES : Et j'ai été fort heureux de l'entendre. Je serais resté deux jours de plus pour l'entendre ; j'aimerais aussi à entendre le témoin pendant deux jours. Il nous dit des choses beaucoup plus sensées que nombre de ceux qui l'ont précédé. Tout ce que je demande, c'est de décider tout de suite de revenir cet après-midi pour lui permettre de continuer son exposé.

M. JUTRAS : Je ne pense pas que ce soit le moment de décider.

M. HEES : Qu'il poursuive maintenant et nous reviendrons cet après-midi.

LE TÉMOIN : Il m'est très difficile de me hâter de finir dans les quelques minutes qui restent. J'achève ma déposition et j'aimerais terminer comme je l'entendais.

M. JUTRAS : Finissez ce que vous aviez à dire.

LE TÉMOIN : Il me sera difficile de m'exprimer si je sens que chaque mot que je prononce raccourcit d'autant le sujet d'une très intéressante discussion.

M. HEES : Revenons cet après-midi.

LE TÉMOIN : Je serais parfaitement satisfait de poursuivre et de décider plus tard s'il y a des questions qui méritent . . .

LE PRÉSIDENT : Contentez-vous de poursuivre vos remarques.

LE TÉMOIN : J'ai traité de la question de concurence. Un instant. Cette discussion m'a fait oublier un point qui se rapporte à la question de la concurrence et à la façon dont elle joue dans la pratique. Il est parfois très difficile de s'exprimer en une ou deux phrases.

Je dois dire que j'ai moi-même eu quelque difficulté à cet égard, mais j'ai lu un message d'un ouvrage extrêmement intéressant d'un économiste américain bien connu et qui fait autorité. A mon avis, il expose beaucoup

mieux que je ne saurais le faire et que la plupart des gens ne pourraient le faire la façon dont la concurrence joue, en pratique, sous le régime de la fixation des prix.

Il s'agit d'un des ouvrages de M. Nystrom. Je suis certain qu'on vous en a déjà parlé. Il est actuellement professeur de technique de vente à l'Université Columbia ; au moment où il a écrit ce texte, en 1915, la fixation des prix était un sujet fort controversé aux États-Unis. Je vous prie de tenir compte de la date à laquelle le volume a été écrit ; ce n'est pas un ouvrage désuet. Il en a d'ailleurs écrit d'autres depuis, mais celui-ci a été écrit à une époque où la fixation des prix était un sujet très discuté aux États-Unis.

En trois brefs paragraphes, qui ne sont malheureusement pas inclus dans le mémoire, je pense qu'il répond très bien à l'objection soulevée à l'égard de la concurrence.

Cet extrait est tiré de la page 17 de l'ouvrage de M. Nystrom, *The Economics of Retailing,* publié à New-York en 1915 :

> La fixation du prix de revente restreint la concurrence à l'égard des propres produits du fabricant, mais elle laisse alors au producteur le loisir d'élaborer le régime le plus économique de distribution de sa catégorie de produits. Là où la fixation des prix de revente n'existe pas, le producteur, sans moyens propres de distribution, doit non seulement se débattre contre les concurrents parmi les producteurs, mais aussi s'efforcer de faire en sorte que les marchandises qu'il a produites ne restent pas invendues chez les détaillants. En d'autres termes, il est devenu contre son gré un second Frankenstein et il doit éviter la destruction aux mains de sa propre création.
>
> Nous avons constaté qu'une lutte de ce genre tend à pousser le petit fabricant à diminuer la qualité de ses produits et à en étendre la distribution en en accroissant l'excellence ; il cherche parfois aussi à se joindre à un autre fabricant qui dispose d'un organisme de vente permettant d'atteindre directement les détaillants. Il pourra aussi vouloir se fusionner avec quelque important organisme de vente, comme une maison de vente par correspondance, un magasin à rayons ou à succursales, ou encore céder aux instances d'un monopole.
>
> Du point de vue du consommateur ou du public, aucun de ces résultats en soi n'est souhaitable. Les Américains ne voient pas d'un oeil serein l'expansion des grands organismes commerciaux. Notre expérience avec les coalitions industrielles ne nous a pas indiqué clairement la façon de nous occuper de ces entreprises ; il surgit des problèmes nouveaux et difficiles que notre gouvernement devra régler. La fixation du prix de revente n'empêche pas la coucurrence, comme on peut s'en rendre compte par l'existence d'une douzaine de marques bien connues de rasoirs de sûreté, plusieurs variétés de flocons de maïs, plusieurs marques de jus de raisin, plusieurs centaines de marques de chaussures, plusieurs marques de cols et poignets, des douzaines de marques d'appareils photographiques, des douzaines de marques de bas, de corsets, de chapeaux et le reste, articles à l'égard desquels les fabricants ont imposé la fixation des prix pendant des années.

C'est la dernière phrase :

Je ne suis pas économiste et je ne puis me porter garant de certaines affirmations, mais, à mon humble avis, cette citation semble corroborer l'argu-

ment que j'ai exposé à mes collègues. C'est là qu'entrent en jeu les marques de fabrique particulières et que commence la concurrence.

J'ai presque terminé, mais avant d'en finir je tiens à signaler la rubrique qui a trait aux marques de fabrique particulières, puis à ajouter ceci : la fixation du prix de revente accorde au détaillant indépendant la même suprématie, si l'on peut employer ce mot, qu'au magasin à succursale ou à rayons qui a ses propres marques. Quelqu'un a dit hier que la Singer Sewing Machine Company vend ses produits directement aux consommateurs dans le monde entier. Je ne puis poser de questions, mais j'aimerais que quelqu'un me dise s'il s'agit là de réglementation sociale des prix. La Singer Company, qui vend des machines à coudre à Toronto, n'est assujettie à aucune réglementation quant aux prix et personne ne prétend qu'il devrait y en avoir, car elle fait concurrence aux machines White, aux machines suisses, aux machines suédoises. Toutes se font concurrence. On peut choisir entre quatre ou cinq marques différentes. Les fabricants réglementent leurs prix dans les localités. Le Comité ne peut les en empêcher. Je vous signale en toute déférence, à vous qui êtes législateurs, que vous ne pouvez les en empêcher sans recourir à une régie quelconque des prix, car ces fabricants vendent tous par l'entremise de leurs propres magasins. La fixation des prix assure l'uniformité des prix dans le plus petit débit de quincaillerie, dans la plus petite comme dans la plus grande ville, accorde la même autorité à l'égard des prix aux petits magasins indépendants qu'aux grands fabricants comme la Singer Sewing Machine, qui dispose d'une grande puissance économique, la T. Eaton Company, qui jouit d'une puissance d'achat formidable et a la haute main sur une importante partie du commerce de détail au Canada, ainsi qu'à d'autres magasins, comme les A. & P. aux États-Unis.

Maintenant, messieurs, à la rubrique suivante mentionnée par cet interrogateur, il est affirmé que la fixation du prix de revente ne constitue pas un régime privé de lois. Ce point m'a beaucoup intéressé depuis que j'ai entrepris l'étude de cette question, car mes recherches m'ont tôt porté à croire que la fixation du prix de revente n'est ni plus ni moins qu'un contrat entre deux citoyens canadiens quant à la méthode de vente d'un produit en particulier. Il ne s'agit pas d'une entente compliquée, mais d'un simple marché. Malgré tout le respect que j'ai pour les avocats qui font partie du Comité, je signale qu'il est fort possible que le Parlement canadien n'ait pas compétence exclusive pour réglementer les contrats de ce genre. Je vois M. Garson sourire ; je me rends immédiatement compte . . .

M. FLEMING : Cela ne veut rien dire !

M. HEES : C'est de la nervosité !

LE TÉMOIN : Merci, monsieur Fleming. Je m'empresse d'ajouter que je me rends parfaitement compte de l'étendue des pouvoirs relatifs au commerce et à l'industrie ; je sais jusqu'à quel point on a étendu le sens de ces mots pour accorder une plus grande autorité à l'organisme législatif dont vous faites tous partie, messieurs. Ce n'est pas là qu'une simple réflexion, mais un point que la Chambre des communes devrait examiner très sérieusement avant de pousser trop loin cette mesure législative, car il s'agit d'un marché passé entre deux particuliers. Afin de souligner ce point, je me permets de rappeler la cause Duquette-Frosst à Montréal. J'ai eu beaucoup de difficulé à traduire ce jugement. J'ai essayé de le lire. Autant que je puisse voir et avec une ébauche de traduction, le savant juriste qu'est le juge Marier s'est reporté au code civil de la province de Québec, afin de déterminer l'effet de ce contrat. Comme il y avait un contrat strict entre le fabricant et le détaillant,

— et M. le juge Marier s'est renseigné sur l'effet du Code civil de Québec sur ce contrat, — j'en ai conclu que si M. le juge Marier pouvait exprimer cet avis, la cour d'appel d'Ontario opinerait sans doute dans le même sens si un de mes clients pharmaciens était aux prises avec des difficultés semblables. Il s'agit d'un contrat civil. A mon avis, cela pose un problème messieurs. Je vous exhorte à ne pas songer à cette question de lois privées. C'est le Livre blanc britannique, je pense, qui a employé l'expression pour la première fois. Je vous prie de remarquer, messieurs, que tout contrat négocié entre deux personnes au Canada crée un situation particulière de droit entre elles. Il modifie le droit commun.

LE PRÉSIDENT : En toute justice envers les rédacteurs du Livre blanc anglais, — l'avez-vous lu en entier ?

LE TÉMOIN : Eh, bien . . .

LE PRÉSIDENT : Le Livre blanc britannique ne parle pas de lois privées dans ce sens. Les auteurs ont constaté qu'un groupe de marchands qui fixaient les prix imposaient des amendes aux détaillants qui ne s'y conformaient pas. Voilà ce qu'ils entendaient par lois privées.

LE TÉMOIN : Oui, mais le rapport MacQuarrie a adopté le sens qu'ils ont donné à cette expression ; il a signalé qu'il y avait tendance à instituer un régime privé de lois et s'est reporté au Livre blanc anglais. De toute façon, messieurs, l'expression a été employée par les uns et les autres et on a cherché à insinuer qu'il y a quelque chose de sinistre à l'égard de ces lois privées. Messiers, un contrat n'a rien de sinistre. Ainsi, je pourrais conclure un marché avec M. Garson pour la vente d'une maison que je possède à Toronto. Elle m'appartient et il désire l'acheter. C'est là du droit privé. Tant qu'il s'agit d'un contrat entre deux personnes, il ne touche aucunement le reste des Canadiens.

L'hon. M. Garson :

D. Ce point est très important. M. Dunn est-il d'avis qu'avant l'adoption de la loi des enquêtes sur les coalitions un contrat particulier entre fabricants en vue de fixer les prix n'était qu'un simple marché ? — R. Je dois dire que dès 1783 ce genre d'entente a été jugée contraire à l'intérêt public.

D. Mais exception faite de toute interdiction prévue par la loi, il ne s'agissait que d'un simple contrat ? — R. Il faut de nouveau définir les termes. Un simple contrat. C'est un contrat passé entre six, sept ou huit personnes, mais il reste quand même un contrat. Il peut avoir des ramifications et atteindre d'autres personnes.

D. Mais exception faite de toute interdiction statutaire à l'égard d'un tel contrat, s'agit-il d'un simple contrat dans le sens que vous lui donnez dans cette expression ? — R. Je ne puis l'affirmer, car un contrat établit un rapport qui intéresse les droits de deux personnes. On a voulu, au moyen de la loi des enquêtes sur les coalitions, atteindre certains genres d'ententes qui, à mon avis, ne constituent pas des contrats.

D. Je ne parle pas de ce point. Mettons qu'il n'y ait pas de loi des enquêtes sur les coalitions ; nous convenons tous les deux, vous et moi, que vous exigerez un certain prix pour votre produit et que je ferai de même, que le prix des deux produits sera le même. Ce n'est là qu'un contrat ?

M. FLEMING : Etant donné la décision de 1783 on ne peut être tenu, en vertu du droit civil, de respecter ce contrat.

L'HON. M. GARSON : Mon argument se fonde sur la supposition que la loi n'interdit pas ce contrat. Ce n'est qu'un simple contrat ?

LE TÉMOIN : Pour ce qui est du cas dont vous parlez, comme le marché ne comporte pas rémunération, il ne constitue réellement pas un contrat. Cependant, mettons que nous soyons associés, que nous mettions fin à notre association et que nous signions un marché convenant de ne pas vendre nos produits ou de ne pas les écouler dans telle ou telle région. Supposons que nos produits portent la marque Dunn-Garson, qui est bien connue. Dunn vend les siens et Garson les siens. Nous convenons de protéger le nom de notre marque et de ne pas vendre moins cher l'un que l'autre pendant dix ans, mettons. Dans cet exemple qui m'est venu soudainement à l'esprit, je crois qu'il y aurait effectivement contrat comportant rémunération. Je ne doute pas qu'un tel contrat soit contraire à la loi car il y a entente entre deux fabricants, ce qui va à l'encontre de l'intérêt public. Cela remonte à 1783.

M. FLEMING : Et, par conséquent, non exécutoire.

LE TÉMOIN : Dans le cas dont vous parlez, je ne pense pas qu'il s'agisse d'un contrat car il ne comporte aucune rémunération ; c'est plutôt une entente.

L'HON. M. GARSON : Une entente mutuelle ne constitue pas un contrat ?

LE TÉMOIN : J'hésiterais à exprimer une opinion juridique, au pied levé.

L'HON. M. GARSON : Je ne cherche pas à vous gêner ni à vous forcer à exprimer une opinion juridique, mais quand vous dites qu'il s'agit d'un simple contrat, j'en conclus qu'exception faite des interdictions prévues par la loi des enquêtes sur les coalitions ou toute autre loi, toutes ces ententes destinées à restreindre le commerce ne constituent que de simples contrats. Nous avons adopté la loi des enquêtes sur les coalitions en vue de rendre ces ententes illégales.

LE PRÉSIDENT : Je signale de nouveau au témoin que ce point n'est pas mentionné dans le mémoire. Vous avez entraîné M. Garson dans cette discussion, bien que le mémoire ne porte pas sur cette question. Nous pourrions peut-être discuter la question plus tard, mais pour l'instant pourriez-vous terminer vos observations au sujet du mémoire ?

LE TÉMOIN : Les questions juridiques m'intéressent beaucoup.

A mon avis, une entente entre un fabricant et un marchand constitue un contrat, reconnu comme légal en vertu du droit commun depuis bon nombre d'années. S'il surgit des difficultés au sujet de ce contrat, on peut toujours avoir recours aux tribunaux, comme cela s'est fait à Montréal. Le juge Marier a entendu la cause qui a surgi par voie de différend. Il y a eu un différend au sujet de cette loi privée dont parle le rapport MacQuarrie. M. Duquette était mécontent parce qu'il ne pouvait vendre des comprimés 222 et que Frosst refusait de lui en fournir. Il a réclamé des dommages-intérêts et a demandé au tribunal d'émettre une injonction. Voilà un exemple patent de la possibilité d'en appeler aux tribunaux s'il survient des difficultés à l'égard de ces contrats. Le président m'a déjà rappelé que j'apporte des arguments qui ne sont pas dans mon mémoire. Je lui rendrai service en m'en abstenant. Depuis deux ou trois générations, des litiges ont surgi au Royaume-Uni au sujet de divers genres de contrats de revente ; il s'est présenté toutes sortes de différends à ce sujet. Je n'en ai pas la liste ici. Cependant, la documentation sur la question révèle que bien des cas se sont présentés. A mon avis, pour qualifier ces ententes de lois privées, — accords conclus en séances

secrètes et non assujetties à la surveillance de l'organisme judiciaire de notre gouvernement, — il faut fermer les yeux à la réalité et prendre pour acquis ce qu'il faut prouver. Pour ce qui est de la question de savoir s'il s'agit d'un contrat, bien que la question ne constitue pas une partie importante de mon mémoire, j'en parlerai volontiers plus tard si nous en avons le temps. Nous arrivons, je pense, au dernier point. Il s'agit de la partie qui débute à la page 28 et porte comme en-tête : "La fixation des prix de revente ne nuit pas à l'efficacité économique". Un peu partout dans le rapport MacQuarrie on affirme que la fixation des prix de revente nuit plus à l'efficacité qu'elle n'aide le marchand indépendant, — je ne le cite pas textuellement. Messieurs, l'extrait de Nystrom dont j'ai donné lecture tout à l'heure va au coeur même de la question. La fixation des prix de revente pousse les gens à plus d'ingéniosité pour mettre leurs produits sur le marché. La maison Eaton et d'autres ont leurs propres marques. Elle suscite ce genre de concurrence ingénieuse, ce genre de méthode ingénieuse de fabrication. Reste à savoir s'il y a aussi inefficacité dans les magasins de détail. Mettons froidement, qu'il y a 4,000 détaillants-quincailliers au Canada. Si 3,000 d'entre eux exploitent leur entreprise d'une manière inefficace, nous devrions tout simplement les écarter puisqu'ils sont incompétents. Je pense que ce mode d'administration gouvernementale est en vogue dans certains pays ; mais supposons que nous procédions ici de cette façon. Ces 3,000 marchands sont incompétents, alors nous les écartons. N'oubliez pas les cinq caractéristiques que j'ai mentionnées au début, cinq caractéristiques qui ne se retrouvent que dans une quincaillerie. Vous pouvez obtenir ce genre de service dans un petit village, mais mettons qu'il soit inefficace. Le Canada compte une population de 14 millions d'habitants, moins 100,000 d'après un journal de Toronto que j'ai lu ce matin ; notre territoire couvre une étendue de 3,500 milles. Dans bien des régions la population est malheureusement clairsemée. Ce marchand devra établir son négoce à la croisée des chemins ; il y vendra des casseroles en aluminium et des marteaux, à broquettes ou autres ; il lui faut établir son commerce à cet endroit. En votre qualité de législateurs, il ne faut pas oublier le rôle "social", — et j'emploie ce mot "social" dans son acception propre, — du quincaillier indépendant établi à la croisée des chemins au Canada. Même s'il est incompétent, je suis d'avis que nous devrions le garder, lui permettre de conserver son commerce, — comme je l'ai dit tout à l'heure à l'intention du ministre des Finances, — et lui permettre de gagner quelque argent. Mais est-il à ce point incompétent ? Voyons le tableau 2 à la page 30. Nous achevons, messieurs ; ce ne sera pas long maintenant. A la page 30 nous avons un tableau comparatif de l'efficacité. Je répète qu'il s'agit de données statistiques. Peut-être M. McGregor soutiendra-t-il que cela ne signifie rien, qu'il s'agit de simples chiffres. A mon avis, ils sont très éloquents. Nous avons ici un tableau indiquant l'efficacité des magasins indépendants, à succursales et à rayons aux États-Unis. Je n'ai pu obtenir de renseignements analogues à l'égard du Canada. Je me suis procuré ces données dans un rapport de l'Ecole d'administration commerciale de Harvard. Il y a aussi les magasins d'articles divers à succursales aux États-Unis. Je ne dis pas que ces magasins à succursales sont des quincailleries à succursales. Je ne prétend pas non plus qu'ils ne le sont pas. Il s'agit de magasins à succursales, genres bazars, mais ce sont les seuls à l'égard desquels j'ai pu obtenir des chiffres. Nous avons les magasins à succursales vendant des articles divers, puis les quincailleries américaines à succursales, qui comprennent des magasins à succursales et des magasins indépendants, puis nous avons les quincailleries au Canada. Aux États-Unis, on trouve également des magasins indépendants d'articles divers. Dans chaque cas nous commençons à la premirèe ligne, qui indique

un pourcentage de 100 p. 100 à l'égard des ventes. Le prix de revient des marchandises des magasins à rayons, — il s'agit de la moyenne nationale relative à l'ensemble des magasins à rayons des États-Unis, y compris Macy's, le mauvais garnement en ce qui concerne le loyal commerce, et d'autres. Le prix de revient de leurs marchandises s'établit à 64.8 p. 100 ; il est de 63.68 p. 100 à l'égard des magasins à succursales vendant des articles divers. Le chiffre est de 71.8 p. 100 en ce qui concerne les quincailleries de toutes sortes aux États-Unis, et de 73.9 p. 100 au Canada. J'ai obtenu ces renseignements de la bibliothèque de l'Université de Toronto.

Je dois dire que les quincailleries sont incompétentes lorsqu'il s'agit d'acheter, car ce sont elles qui paient leurs marchandises le plus cher. C'est évident. Nous savons tous que le magasin à succursales peut acheter dix wagonnées ou six cargos de marchandises à un prix de beaucoup inférieur à celui auquel M. Blain pourra les acheter pour son propre magasin à Brampton. Le prix de revient de leurs marchandises est bien inférieur au nôtre ; par conséquent leurs bénéfices bruts sont bien plus élevés. Le pourcentage de leurs bénéfices bruts s'établit à 35.2 p. 100 tandis que celui d'une quincaillerie au Canada n'est que de 27.1 p. 100. Voilà la mesure de notre incompétence Vient ensuite la question des frais d'exploitation. Je dois avouer que mes constatations à ce sujet m'ont étonné.

Je ne m'y connais pas beaucoup en économie, mais je pensais que l'efficacité d'un organisme augmentait à mesure qu'il progressait ; il n'en est pas ainsi dans certaines catégories d'entreprises, entre autres le magasin de détail, qu'il s'agisse d'une quincaillerie ou d'un magasin de linge pour dames. A mesure que ces commerces prennent de l'expansion, il surgit des problèmes qui entraînent des déboursés improductifs et l'augmentation des frais d'exploitation. Je prie les membres du Comité de bien écouter ces chiffres. Vous en avez pris connaissance, mais j'aimerais vous les citer.

Voici un fait significatif. Les frais d'exploitation des magasins à rayons des États-Unis s'élèvent à 32.5 p. 100 ; c'est la moyenne à l'égard de tous les magasins à rayons américains. Selon tout ce que nous entendons à leur sujet, ils emploient les méthodes commerciales les plus efficaces. Les frais d'exploitation des magasins à succursales sont de 28.6 p. 100, leurs dépenses n'étant pas tout à fait aussi élevés que celles des magasins à rayons. Les frais d'exploitation des quincailleries sont de 23.75 p. 100 aux États-Unis et de 20.9 au Canada.

Maintenant messieurs, je vous ai dit tout à l'heure que nous devrions conserver ces négociants, même s'ils sont incompétents, à cause de leur rôle social. Il peut exister d'autres études plus poussées que celle-ci, mais je répète que je ne cite ces chiffres comme guide. Je ne vous demande pas de les considérer comme définitifs, car je suis certain qu'il existe d'autres données sur la question. Je n'ai eu que dix jours pour rédiger ce mémoire.

D'autre part, le coût des marchandises est très bas dans les magasins à succursales et un peu plus élevé dans les magasins à rayons. Je soutiens donc que nous ne sommes pas incompétents. Si quelqu'un croit que la fixation du prix de revente favorise les incompétents, ce n'est certes pas le cas des marchands indépendants. S'il y a inefficacité, du point de vue de l'intérêt public, c'est dans le magasin à rayons. Envisageons la chose de cette façon. Mettons que M. McGregor se rende chez Eaton pour faire un achat. Supposons que les frais d'exploitation d'Eaton soient conformes à la moyenne, qui est de 32.5 p. 100. M. McGregor achète un article qu'il paie $100 chez Eaton. De

ce montant, la somme de $32.50 sert à acquitter les dépenses d'exploitation. Si M. McGregor se rend au magasin de M. Blain pour acheter un article de $100, la somme de $20.90 servira à acquitter le loyer, le salaire du commis, l'éclairage et ainsi de suite.

LE PRÉSIDENT : S'agit-il des mêmes marchandises ?

LE TÉMOIN : Monsieur le président, le magasin à rayons vend toutes sortes d'articles.

LE PRÉSIDENT : Prétendez-vous qu'il vend les mêmes articles à raison de $100, tout comme le petit magasin ?

M. FULTON : Oui, s'il s'agit d'articles de marques connues.

LE TÉMOIN : Je vais vous donner un exemple. Il y a environ un an, j'ai moi-même acheté une scie Beaver que j'ai payée $74.50. Pour simplifier les choses, mettons qu'elle coûtait $100. Vous l'achetez chez Eaton à raison de $100 ; si les frais d'exploitation d'Eaton sont les mêmes que la moyenne américaine, la somme de $32.50 servira à acquitter les frais généraux. M. Blain vous vend la même scie $100 et affecte $20.90 à ses frais généraux. La puissance d'achat en gros des grands magasins à succursales est plus que contrebalancée par la compétence du commerçant indépendant. Je ne prétends pas que ces chiffres soient les seuls disponibles ; je vous les soumets de bonne foi, comme étant les seuls que j'aie pu me procurer. Je me suis aussi renseigné sur le commerce des produits pharmaceutiques et je puis vous fournir des chiffres à ce sujet, si la chose vous intéresse.

LE PRÉSIDENT : Les représentants des pharmaciens ont témoigné ici pendant deux séances.

LE TÉMOIN : Ce sont les seuls chiffres que j'aie pu trouver et ils proviennent de sources qui font autorité. J'exhorte très respectueusement votre Comité à étudier la question plus à fond avant d'accepter l'affirmation du rapport MacQuarrie, selon laquelle la fixation des prix de revente favorise ou protège l'inefficacité.

J'ai terminé, messieurs. Je vous remercie de votre patience, car j'ai accaparé votre temps beaucoup plus que ne l'ont fait la plupart des autres conseillers juridiques qui ont présenté des mémoires. C'est peut-être de ma faute, mais la question m'intéresse et j'estime qu'elle a une grande importance pour le Canada. J'exhorte le Comité à ne pas agir trop à la hâte. Je vous rappelle que la commission britannique a mis deux ans à la préparation de ce volume. J'ignore combien de temps la Commission fédérale du commerce a consacré à cette question. Je suis convaincu que votre comité pourrait obtenir de plus amples données statistiques du genre de celles que je vous ai présentées. On vous a beaucoup parlé des produits pharmaceutiques et des appareils électriques et autres. Je vous conseille de poursuivre le travail en ce sens et de recueillir d'autres renseignements.

LE PRÉSIDENT : Je vous remercie. Je me permets de vous signaler, en passant, que vous avez passablement inquiété M. Thatcher au sujet des inconvénients qui résultent d'une trop grande expansion dans le commerce de vente au détail.

En ma qualité de président, je me permets une autre remarque au sujet des paroles de M. Hees. Tous les autres groupes qui ont témoigné devant le Comité en ont été avertis suffisamment à l'avance. M. McGregor, fonctionnaire à la retraite, a été invité le mardi 27 novembre et il s'est présenté le 28 novembre. Il s'est contenté d'un avis de vingt-quatre heures pour rédiger un

mémoire. Il n'avait ni comptable ni avocat pour l'aider. Nous devrions tous lui être reconnaissants d'avoir présenté un mémoire. J'ai appris avec intérêt que M. Dunn, qui est avocat, a mis dix jours à préparer son mémoire. Les remarques de M. Hees au sujet de M. McGregor me bouleversent d'autant plus qu'il a déclaré : "Je pense que M. McGregor a répondu à toutes mes questions".

M. HEES : Oui, c'est ce qu'il a fait.

LE PRÉSIDENT : Je rappelle de nouveau au Comité que M. McGregor s'est présenté après un avis de vingt-quatre heures. L'exposé de M. McGregor n'était pas tout à fait aussi long que le résumé que cet avocat vient de faire de son propre mémoire.

M. HEES : Je ne me suis aucunement opposé au temps que mettait M. McGregor. Je pense qu'il a présenté un excellent témoignage ; nous en avons appris beaucoup, je crois ; nous en avons sans doute appris autant aujourd'hui de M. Dunn. Je croyais que le Comité avait été institué en vue de nous permettre de recueillir les faits relatifs à cette importante question afin que nous n'adoptions pas une mesure sans motifs suffisants. Pourquoi nous opposerions-nous à écouter pendant deux heures un exposé d'une foule de faits à ce sujet ?

LE PRÉSIDENT : Nous ne nous y opposons pas. Nous avions décidé de permettre à ceux qui ont des idées bien arrêtées sur la question de nous présenter leurs vues par écrit, puis, après avoir étudié leurs mémoires, de les interroger à ce sujet. Pour atteindre notre but, je pense que nous devrons nous réunir cet après-midi.

M. HEES : Connaissez-vous une façon plus utile d'employer notre temps ?

LE PRÉSIDENT : J'aimerais bien aller à la Chambre de temps à autre.

M. HEES : Je pense que cette question est tout aussi importante que celles qu'on peut examiner à la Chambre.

M. Favreau :

D. Je voudrais dissiper tout à fait certaine confusion qu'a pu susciter la décision du juge Marier. Dans la province de Québec, il n'y a pas d'injonction obligatoire ; c'est dire que vous ne pouvez demander à un tribunal d'émettre un ordre comportant l'exécution d'un contrat particulier passé entre deux personnes. Le juge Marier a décidé, il est vrai, qu'un véritable contrat liait les intéressés. Cependant, en vertu de notre droit, un contrat existe légalement s'il y a, premièrement, consentement mutuel des deux signataires et, deuxièmement, si la rémunération est légale. Le juge ne s'est pas prononcé sur la légalité de la rémunération. Il s'est contenté de dire : "Si elle est légale, il est inutile de saisir ce tribunal de la question, car je ne peux obliger les signataires à l'appliquer ; si elle est illégale, je ne puis me rendre à votre requête. Je pense que je vais tout simplement donner lecture de la partie du jugement qui se rapporte à ce point :

> Considérant que si cette condition est légale, l'intimée avait le droit de refuser la commande vu la violation de cette clause par les requérants en vendant certains produits de l'intimée à des prix moindres que ceux qui sont indiqués au catalogue, et que si cette clause est illégale, le contrat qui en dépend est nul et de nul effet, et les requérants n'en peuvent demander l'exécution par un ordre de cette Cour.

On ne s'est jamais prononcé sur la valeur du contrat, savoir s'il était légal ou illégal ; la décision à ce sujet est encore en suspens. — R. Je suis heureux

que vous ayez soulevé le point. Je ne veux pas m'étendre sur la question, mais comme vous l'avez traitée en détail, j'aimerais donner lecture d'une traduction qu'a faite mon agent de Montréal d'une partie antérieure du jugement :

> Une enquête assez poussée a été faite en vue de déterminer l'importance de la pharmacie du requérant et l'importance de la société du défendeur, mais nous ne croyons pas que le résultat puisse modifier en aucune façon la décision dans cette cause, car il s'agit toujours d'intérêts privés, même si ces intérêts sont au service d'un grand nombre de gens.
>
> La société Frosst à Montréal a de nombreux concurrents qui fabriquent ou vendent des produits semblables. A Montréal environ 400 pharmaciens servent le public, même si, de l'avis des requérants, leurs services ne sont pas aussi étendus, rapides et efficaces que ceux de la Pharmacie Montréal.

Est-ce une assez bonne traduction ?

D. Elle est très bien.

M. FLEMING : Puis-je savoir si l'on peut nous fournir des copies de ce jugement ?

M. FAVREAU : Nous en avons un exemplaire complet, y compris le compte rendu des témoignages entendus par le tribunal.

LE PRÉSIDENT : La chose peut intéresser les avocats, mais je me demande si un profane tiendrait à étudier ce texte.

L'HON. M. ASELTINE : Je propose qu'il soit annexé comme appendice au compte rendu.

LE PRÉSIDENT : Il convient certes d'inclure les raisons motivant la décision.

Adopté.

M. FAVREAU : Comme il reste très peu de temps aux membres du Comité pour interroger le témoin, je vais me contenter de poser deux questions.

M. Favreau :

D. Votre mémoire semble se fonder sur le rapport britannique. Vous faites peut-être erreur en disant que le paragraphe 163 renferme le dernier vœu du rapport. Mon exemplaire du rapport renferme un paragraphe 164, une autre conclusion au paragraphe 165 et d'autres encore aux paragraphes 166 et 167. Je me permets de citer un extrait du paragraphe 164 :

> A notre avis, les producteurs n'ont pas le droit de se servir de la fixation du prix de revente pour nuire à l'utilisation de méthodes particulières de vente, de nuire à la distribution, par un autre fabricant, de produits faisant concurrence aux siens ou de priver le public des avantages d'une meilleure distribution. L'intérêt public exige une répartition convenable des marchandises et des diminutions de prix lorsque les frais peu élevés de la distribution le motivent ou lorsque la ligne de conduite de l'intéressé prévoit normalement la distribution des excédents de bénéfices au client.

Pour ce qui est des ententes horizontales, le paragraphe 114 renferme le passage suivant :

> Il nous semble contraire à l'intérêt public qu'un fabricant se serve de sa puissance pour réduire les approvisionnements de manière à nuire à l'expansion de méthodes particulières de commerce, à empêcher un autre fabricant de distribuer des produits faisant concurrence aux siens ou à priver le public des avantages de régimes peu coûteux de distribution.

Ne devons-nous pas conclure du rapport que le comité ne voulait pas, à cette étape, faire plus que condamner la fixation horizontale des prix ; mais sachant que la fixation verticale des prix comportait un certain danger, il a voulu laisser au gouvernement le soin de décider si la fixation verticale du prix de revente devrait aussi être complètement interdite. Afin de rendre mon point plus clair, j'ajoute qu'une fois le rapport du comité sur la fixation du prix de revente déposé entre les mains du président du Board of Trade, cet organisme a lui-même présenté au parlement un Livre blanc intitulé "Déclaration sur la fixation du prix de revente", publié en juin 1949. La conclusion à laquelle je me reporte est consignée au paragraphe 40, à la page 11 :

> Dans le projet de loi que le gouvernement se propose de présenter il a l'intention de stipuler que les fabricants auront le droit d'indiquer, de proposer ou d'imposer des prix maximums seulement, pour la vente de leurs marchandises ; il sera tout à fait illégal d'indiquer un prix de revente s'il n'est pas clairement précisé que le chiffre indiqué est le prix maximum.

D. Je ne sais trop si c'est véritablement une question, mais je vais faire comme si c'en était une ; en toute justice je voudrais y répondre de la façon suivante. D'abord, je dois dire que je remercie M. Favreau d'avoir donné lecture d'autres extraits du rapport, car je l'approuve entièrement, d'une couverture à l'autre.

M. FLEMING : Pour le compte rendu, auriez-vous l'obligeance de préciser de quoi vous parlez ?

LE TÉMOIN : Du rapport britannique. Le Livre blanc a été publié par la suite.

LE PRÉSIDENT : Il en est la conséquence.

LE TÉMOIN : Messieurs, de nouveau je signale que votre comité devrait obtenir le rapport de Lloyd Jacob. M. Favreau a lu d'autres extraits en plus de ceux que j'ai cités, mais j'aimerais en ajouter un.

M. FAVREAU : Le rapport a été complété par un livre blanc en 1951.

LE TÉMOIN : Je n'admets pas qu'il le complétait. J'aimerais donner lecture du paragraphe 161 qui place sous leur vrai jour, je pense, les passages dont M. Favreau a donné lecture :

> En formulant notre conclusion nous avons établi une distinction entre la fixation et le maintien des prix de revente par un fabricant particulier et l'administration collective des programmes de maintien du prix de revente. A notre avis, les effets de ces deux méthodes de maintien des prix sur l'intérêt public et sur l'économie sont différentes.

Mon ami m'a interrogé au sujet du Livre blanc britannique. Je n'ai aucune expérience de la politique et je ne m'y connais pas beaucoup dans les questions relatives au régime parlementaire britannique, mais je me permets de vous

rappeler, messieurs, que le Board of Trade, en Angleterre, diffère du Board of Trade de Toronto.

Le Board of Trade de Toronto est constitué d'un groupe d'hommes d'affaires ayant des intérêts commerciaux, qui se réunissent pour discuter les questions qui les intéressent. Si je comprends bien, en Angleterre, le Board or Trade fait partie du Gouvernement qui se trouve au pouvoir.

Le président :

D. Est-il comparable à notre ministère du Commerce ? — R. Il correspond au ministère du Commerce et de l'Industrie, et la Commission fédérale du commerce aux États-Unis.

L'HON. M. ASELTINE : Le Livre blanc est un rapport de nature politique ?

LE TÉMOIN : Exactement, sénateur, et c'est le point que je désire souligner.

M. FLEMMING : Publié par un gouvernement socialiste ?

LE TÉMOIN : C'est justement ce que j'allais dire.

LE PRÉSIDENT : Comme M. Fleming n'a pas lu le compte rendu de la discussion, je dois dire que l'un des discours les plus énergiques a été prononcé par Ted Leather, député conservateur originaire d'Hamilton.

M. HEES : Et un député très compétent, nous affirme-t-on.

M. MACINNIS : Ce document a-t-il moins de valeur, ayant été publié par le gouvernement, que s'il émanait d'un board of trade ?

LE TÉMOIN : Monsieur MacInnis, je ne dis pas que cela diminue l'importance du Livre blanc britannique, mais il faut l'examiner sous son vrai jour. Il exprime l'idéologie politique d'un gouvernement socialiste qui était alors au pouvoir au Royaume-Uni. Il ne s'agit pas d'un rapport qui prétend se fonder sur le résultat d'une enquête. Il représente la pensée, l'idéologie économique du gouvernement.

Le président :

D. Auriez-vous l'obligeance de poursuivre la lecture, afin de savoir à la demande de qui le rapport a été présenté ? — R. A la demande du Board of Trade.

D. Après avoir reçu le rapport, il a publié le Livre blanc, qui constitue un énoncé de ligne de conduite ? — R. Deux ans plus tard ; il ne concordait pas avec les conclusions du rapport Lloyd Jacob dont j'ai donné lecture ; celui-ci recommande, entre autres choses, que le gouvernement ne prenne aucune disposition en vue d'interdire les ententes de fixation verticale des prix. On y relève ceci : Nous sommes heureux de savoir qu'on songe toujours à la question des ententes horizontales, — voilà ce que renfermait le rapport Lloyd Jacob. Ce document a été déposé, puis il a été mis au rancart pendant un an et demi.

D. Cela n'est pas exact non plus, car en juin 1950 . . . — R. Je m'excuse ; il s'est écoulé un an.

D. Et en juin 1951, il y a eu un second débat. — R. Je m'excuse.

D. Et chose assez extraordinaire, au cours de ce débat que tous les membres liront, je l'espère, tous les députés, — conservateurs, libéraux et travaillistes, — ont fait front commun pour dénoncer cette façon de procéder.

M. FLEMING : Le président parle maintenant d'un troisième document : le hansard britannique.

LE PRÉSIDENT : Je parle du débat qui a eu lieu en juin 1951, après le dépôt du rapport Lloyd Jacob.

M. FULTON : Je pense que le président enfreint nettement le Règlement.

LE PRÉSIDENT : Je suis le seul membre du Comité qui ait lu le débat.

M. FULTON : Qu'en savez-vous ?

LE PRÉSIDENT : C'est évident, car tous les deux vous tâtonnez et procédez à l'aveuglette . . .

M. FLEMING : Ne faites pas l'imbécile. S'il y a du tâtonnement, il vient du fauteuil présidentiel. Nous parlions d'un rapport et d'un Livre blanc. Je voulais tout simplement signaler que vous ameniez maintenant dans la discussion un troisième document : le hansard britannique. Je souligne que le président ne devrait pas calomnier les gens quand quelqu'un cherche tout simplement à rétablir les faits.

LE PRÉSIDENT : Je ne calomnie personne. J'ai parlé de trois choses : du Livre blanc officiel, du rapport Lloyd Jacob et des deux débats, celui de juin 1950 et celui de 1951. J'ai été enchanté de constater que certains d'entre nous ont pris note de ces choses lorsque j'en ai parlé. Ceux qui se sont montrés si bavards auraient été bien avisés de lire ces documents ces deux ou trois dernières semaines.

M. FULTON : Monsieur le président . . . et puis, tant pis.

LE PRÉSIDENT : Allez-y, monsieur Dunn.

LE TÉMOIN : C'est une proposition, une idée, que je soumets. Je voudrais qu'on voit dans le Libre blanc britannique de juin 1950 un document politique, un manifeste de doctrine politique.

L'HON. M. GARSON : De 1951 ?

LE TÉMOIN : Je regrette, j'ai confondu. Il se peut que je sois fatigué, mais on se fatigue bien plus, malgré tout, à écouter qu'à parler.

M. HEES : C'est très agréable.

LE TÉMOIN : Il s'agit ici d'un manifeste de doctrine politique émanant du gouvernement alors au pouvoir. Je pense que nous pouvons, en tant que tribunal, constater que le gouvernement de l'époque était socialiste.

Au cours de mes recherches, j'ai découvert deux déclarations émanant de ministres socialistes assez éminents et de leurs conseillers littéraires, au Royaume-Unie. Elles nous éclairent, je pense, sur l'origine de ce Livre blanc. Celui-ci nous apparaît ainsi comme un manifeste de doctrine politique. Il existe un monsieur du nom de W. Padley, député de je ne sais plus quel comté et, dans le particulier, président de la Union of Shop, Distributive and Allied Workers, organisme vraisemblablement analogue à notre syndicat d'employés de grands magasins, par exemple.

Il a prononcé un discours dont je ne puis vous communiquer le texte original, mais qui a été reproduit dans une revue anglaise appelée *Scope*, largement diffusée, en Angleterre, chez les industriels. Ce que je vais vous lire est tiré du numéro de septembre 1950 de *Scope*, page 90.

Voici donc ce que disait M. Pradley :

> Il faut s'opposer fermement à toute tentative de résoudre le problème de l'efficacité dans la distribution par le retour à la concurrence privée. Il faut riposter en cherchant à donner à ce problème une authentique solution socialiste : la régie d'État.

En somme, M. Pradley veut que l'État fixe tous les prix. C'est la conclusion qui ressort de ce propos.

Le parti socialiste avait pour l'appuyer, à l'époque, un monsieur bien connu et que tout le monde lit, le professeur G. D. H. Cole. C'est un écrivain connu, dont les attaches étroites avec le parti socialiste anglais ne sont un mystère pour personne. Je veux donner lecture d'un passage tiré de son dernier ouvrage, résumé ici. Il était encore inédit au moment où *Scope* allait sous presse en septembre 1951. Il s'agit ici de propos bien contemporains, qui ne remontent pas à 1783. L'ouvrage est intitulé : *Le mouvement coopératif britannique dans l'État socialiste.*

Selon le professeur, l'État doit se porter acquéreur de toutes les grandes entreprises de distribution, y compris les magasins à succursales et les grands magasins, pour les transformer en mutuelles possédant chacune son bureau de direction où siégeraient des représentants élus par les consommateurs et nommés, à titre temporaire, par l'État.

Voici ce qu'il a à dire des négociants indépendants. Le passage est entre guillemets :

"Pour l'instant du moins, je ne voudrais pas qu'on touche au petit négociant indépendant, à condition qu'il se conforme aux pratiques commerciales loyales.

M. CARROLL : M. Thatcher serait de ceux-là.

LE TÉMOIN : Oui, mais il s'en faut de très peu que M. Thatcher ne soit un exploitant de magasins à succursales multiples ; une de plus et...

Messieurs, voilà les tenants et aboutissants du Livre blanc, dans lequel je vois un document politique émanant du parti alors au pouvoir. Je puis dire que j'ai envoyé à mes représentants en Angleterre un câblogramme leur demandant de me trouver toutes les déclarations qu'on aurait faites, soit au cours des dernières élections, soit depuis, en ce qui concerne les vues de l'actuel gouvernement britannique, — qui a tout de même une petite majorité, — sur le Livre blanc. Je n'ai encore reçu aucune réponse ; mais, dès que j'aurai obtenu le renseignement, je verrai certainemnt à le diffuser. Je crois, en effet, qu'il n'est pas sans importance.

Je regrette d'avoir été si long.

LE PRÉSIDENT : Je vais au devant des désirs de M. Hees et de certains autres de nos collègues. Si on ne juge pas la proposition acceptable, on peut toujours la rejeter. Sommes-nous d'accord pour nous réunir cet après-midi à trois heures et demie ?

M. HEES : C'est ce que je propose.

LE PRÉSIDENT : Il est proposé par M. Hees que nous nous réunissions de nouveau à trois heures et demie.

Adopté.

M. Favreau :

D. Posons la question plus simplement, monsieur Dunn. — R. Le plus simplement possible, s'il vous plaît.

D. La déclaration faite en 1951 par le ministère anglais du Commerce au sujet de la fixation des prix avait son origine directe dans un voeu exprimé au paragraphe 165 du rapport soumis en 1949 par le comité. Au paragraphe 164, se trouve ce que je vous ai lu tout à l'heure au sujet de l'opportunité de ne pas empêcher le marchand dont les frais sont réduits de faire bénéficier son client d'une partie de cet avantage. Au paragraphe 165, on ajoute :

> Nous recommandons que les ministères compétents invitent les principales organisations commerciales et industrielles d'envergure nationale à étudier avec eux les meilleurs moyens de rendre efficace ce programme.

Ne pourrait-on pas conclure, justement, qu'après avoir fait procéder à cette enquête, en 1951, le ministère du Commerce avait jugé qu'il n'était pas d'autre solution au problème que l'interdiction pure et simple de la fixation du prix de revente ? — R. A mon sens, on propose tout simplement au gouvernement d'étudier plus attentivement la question et de se faire aider en cela par divers groupements professionnels. Voilà précisément, d'ailleurs, ce que j'attendrais de ce comité-ci.

M. HEES : Bravo !

LE TÉMOIN : J'aimerais qu'il étudiât la question dans son ensemble, qu'il vît comment elle se présente dans toutes nos régions, en ce qui concerne toutes les marchandises, depuis la quincaillerie jusqu'à la lingerie, qu'il constatât quel rôle précis la fixation du prix de revente joue dans notre économie canadienne, les effets qu'elle a à tous les degrés. C'est en toute déférence à l'endroit des nombreux législateurs réunis ici que j'affirme que telle devrait être la fonction du Comité.

M. FULTON : Ç'aurait dû l'être.

M. HEES : N'est-ce pas toujours le cas ?

LE TÉMOIN : Je suis profane en politique ; je ne sais pas.

LE PRÉSIDENT : Il y a ici des messieurs qui sont pas mal profanes aussi, je puis vous l'affirmer.

M. Favreau :

D. A la page 4 du mémoire, parmi les articles dont, selon vous, le prix est imposé, vous mentionnez les outils Stanley. — R. Non.

D. Le prix n'en est pas imposé ? — R. Non, le prix des outils Stanley n'est pas imposé.

D. N'y a-t-il pas par hasard une erreur ? N'êtes-vous pas d'avis qu'en fait le prix des outils Stanley est imposé ? — R. Si je suis bien renseigné, il ne l'est absolument pas. Mais M. Gorsline est justement de la partie. Il s'agit de savoir si le prix des outils Stanley est imposé ?

M. GORSLINE : Autant que je sache, la Stanley Tool Company, qui fabrique au Canada les outils du même nom, n'a aucun contact direct avec les détaillants appartenant au groupe que nous représentons. Elle ne remet pas de prix

courant aux détaillants. Les renseignements que nous possédons sur le prix des outils Stanley nous viennent du grossiste. Il s'agit du prix qui nous est fait. Il nous faut fixer notre propre prix de détail.

M. FAVREAU : Y a-t-il plus de huit quincailleries à Niagara-Falls ?

M. GORSLINE : Est-ce possible ?

M. FAVREAU : Pourrait-il y en avoir plus de huit.

LE TÉMOIN : Il vaudrait mieux que ce soit M. Firth qui réponde à la question.

M. FIRTH : Je crois que la rubrique dont vous voulez parler vise le nombre de magasins membres. Quelle page ?

LE TÉMOIN : La première page de l'appendice ... Oh, je suis désolé ! De quelle page voulez-vous parler ?

M. Favreau :

D. De la page 24 de votre mémoire, au sujet des outils Stanley. — R. Pourriez-vous répéter la question ?

D. Je vous demandais si, autant que vous sachiez, il y a plus de huit quincailleries à Niagara-Falls ? — R. Nous en indiquons onze à l'appendice.

D. Comment se fait-il qu'au numéro du 28 novembre 1951 de l'*Evening Review,* de Niagara-Falls, ainsi que dans celui du 17 octobre de la même année, on trouve, une réclame où les mêmes prix sont indiqués pour les outils Stanley ? Il y a huit marchands qui annoncent dans la même page, le 28 novembre ? Si la fixation des prix ne joue pas ici comment se fait-il que ces marchands, de la même localité, indiquent les mêmes prix ? — R. Monsieur Gorsline, comme vous habitez Collingwood, peut-être pourriez-vous répondre ?

M. GORSLINE : Je crois, monsieur, que l'expérience de plusieurs années montre que, — comme l'a bien expliqué M. Dunn dans son mémoire, — la quincaillerie se vend à un prix qui comporte un bénéfice dont le chiffre est bien précis. Il en est ainsi depuis toujours. Tous les quincailliers canadiens et, je pense, américains, s'en tiennent à cette marge de bénéfice.

Certains articles comportent une majoration qui, — si elle joue véritablement, — en rend la vente intéressante. La majoration est à peu près uniforme d'un bout à l'autre du pays, compte tenu des frais de transport. Cela vaut, non seulement pour la quincaillerie, mais, je pense, pour d'autres commerces encore.

LE TÉMOIN : Me permettra-t-on de me reporter au feuillet No 5 de l'Appendice A. Il s'agit là d'outils et de quincaillerie. Vous remarquez, monsieur Favreau, que ceux qui ont établi les prix ont indiqué, pour ce qui est de la plupart de ces outils, — et, en somme, pour la plupart des objets dont il est question ici, — que la majoration représente le tiers du prix de vente. Elle est moindre dans un ou deux cas, mais vous constaterez que, pour tous les magasins mentionnés au feuillet No 5, la majoration est à peu près partout la même.

M. Favreau :

D. Quel feuillet ? — R. Le feuillet No 5 de l'appendice.

D. Il y a deux pages. — R. Oui, je regrette. A la première, vous verrez que Welland est tout en bas. La situation là-bas est un peu particulière.

Cela tient à ce que Welland est, au plus haut point, une ville industrielle. Dans une très large mesure, les ventes s'y font directement aux établissements industriels. Une forte proportion des ventes ne se font pas de la façon normale, c'est-à-dire du détaillant à l'acheteur ordinaire. Pour ce qui est des vis et écrous, on constatera que la majoration moyenne, à Welland, s'établit à 28½ p. 100 du prix de détail, bien que nous autorisant de notre connaissance de l'état général du commerce, nous jugions raisonnable un relèvement de 33⅓ p. 100.

D. D'après ce que vous avez pu constater, — et ma question s'adresse à tous ceux qui auraient pu s'occuper de la préparation de cette nomenclature de prix, réservée à ceux qui sont de la partie, — comment fixe-t-on cette majoration ? Dans la pratique, procède-t-on de la même façon que l'industriel qui décide à quel prix moyen et raisonnable vont se vendre les articles qu'il distribue à travers le pays ? — R. Me permettra-t-on de répondre tout d'abord à la première partie de la question, ou bien à la seconde, mais à une partie seulement. En régime de fixation des prix le fabricant, ainsi que j'ai cherché à le démontrer dans mon mémoire, vise un double objectif en déterminant le prix de revente de son produit. Je disais tout à l'heure que, comme tout le monde, il veut gagner de l'argent. Il veut vendre beaucoup de marchandises et gagner de l'argent. Si ces marchandises n'arrivent pas au client, il en est pour ses frais.

Il se demande donc si le consommateur payera bien tel ou tel prix, eu égard à la concurrence d'autres produits, — j'ai donné quelques exemples à ce sujet, — de sorte qu'en fixant les prix il cherche à faire parvenir les marchandises jusqu'au client dans les meilleures conditions.

Il faut ensuite se dire que le détaillant se refusera à accepter les produits d'un fabricant qui ne lui ménage pas un bénéfice suffisant.

Mettons qu'il existe un monopole absolu à l'égard d'un produit déterminé. Les économistes américains nous assurent que ce qui se passerait alors, ce serait que le fabricant diminuerait tellement la marge de bénéfice du détaillant, — qui ne pourrait s'approvisionner ailleurs, — que ce dernier ne réaliserait plus qu'un bénéfice négligeable. Toutefois, même en régime de monopole, le fabricant doit s'arrêter quelque part, sans quoi le détaillant refusera de vendre son produit.

Voilà les considérations dont doit tenir compte le fabricant. Je réponds à cette partie de la question, car, à mon avis, elle entre davantage dans le champ de mes recherches.

Pour ce qui est la méthode adoptée par le détaillant...

D. Je vous ai demandé de me faire connaître la méthode adoptée par votre groupement pour déterminer les majorations de prix qu'il propose à ses membres. — R. Peut-être M. Gorsline pourrait-il répondre à cette question ?

M. GORSLINE : Je puis peut-être donner une réponse satisfaisante à cette question. L'Ontario Hardware Association, vous l'aurez constaté à la lecture du mémoire, existe depuis longtemps. Nous nous sommes dit que nous étions en mesure de rendre certains services à nos membres, vu la grande variété de marchandises vendues par eux. Il y a de nombreuses années, la direction avait jugé bon de fournir à tous nos membres certaines directives en matière de prix de revient, — car il arrive souvent que ceux-ci soient malaisés à déterminer, — ainsi qu'en ce qui concerne la marge de bénéfice à réserver au quincaillier détaillant. Nous avons voulu, pour fixer ces chiffres, en appeler

à des hommes ayant une longue pratique du commerce de la quincaillerie ; c'est à eux seuls qu'a été laissé le soin de déterminer les prix de revente à proposer à nos membres. L'Association, pour sa part, n'a suggéré aucun prix ; ni son bureau exécutif ni ses membres n'ont émis la moindre opinion là-dessus. Autant que je me souvienne, les membres du conseil n'ont discuté ce service des prix que du seul point de vue de l'établissement d'une liste des marchandises à l'égard desquelles ils désiraient qu'un prix de revente fût proposé.

M. FAVREAU : Les prix proposés par le fabricant sont-ils au delà ou en deça de la marge de bénéfice proposée par votre groupement ?

M. GORSLINE : Voilà une question à laquelle il est difficile de répondre. Ils reviendraient, je pense, à peu près au même. Je pense qu'il nous est arrivé de ne pas être tout à fait du même avis. Ainsi, par exemple, les cartouches ne sont fabriquées, au Canada, que par une seule maison. Elle propose effectivement le prix de revente. A la page 3, vous remarquerez que la majoration maximum est, dans ce cas, de 25 p. 100. Ces chiffres varient très légèrement dans certains cas où il n'y a pas lieu de tenir compte des frais de transport. Nous estimons que cette majoration n'est pas raisonnable puisqu'il s'agit là d'une marchandise dont la vente présente un caractère saisonnier. Pour peu qu'on en fasse un commerce de quelque importance, on immobilise ainsi $2,500, $3,000 ou $3,500. Je ne crois pas que, pour une marchandise en quelque sorte saisonnière, une marge de 25 p. 100 suffise, mais il reste que c'est celle que propose le fabricant.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Messieurs, la séance est suspendue jusqu'à 3 heures et demie.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

La séance est reprise à 3 heures et demie.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Messieurs, je pense qu'il y a quorum. Monsieur Favreau, pourriez-vous continuer votre interrogatoire ?

M. Favreau :

D. Revenons, si vous voulez, au Livre blanc de 1951. N'est-il pas vrai qu'après présentation de ce rapport, — il s'agit du rapport britannique de 1949, — le Board of Trade avait demandé à divers groupements commerciaux de lui fournir des renseignements et des idées visant la mise en oeuvre des deux derniers voeux du comité ? — R. Je regrette, monsieur Favreau.

D. Vous ne possédez pas ces renseignements ? — R. Non, je n'ai pas le Livre blanc britannique.

D. Me permettrez-vous de vous renvoyer au 38e paragraphe du Livre blanc, ainsi conçu :

> Voici donc la situation. Les associations commerciales intéressées acceptent sans doute la première partie des propositions du comité Lloyd Jacob (savoir, qu'il y a lieu de maintenir la fixation du prix de revente par les fabricants), mais, par contre, elles n'ont pu proposer aucun moyen de donner suite à la deuxième partie (savoir, qu'il y a lieu d'assouplir la pratique, de façon à autoriser des réductions de prix là où des frais peu élevés les légitiment). Le Gouvernement ne peut pas séparer ces deux aspects de la question ; il ne peut accepter qu'il soit donné suite au premier voeu si le second doit demeurer lettre morte.

Est-ce pourquoi on a enfin décidé que la seule façon de donner suite aux voeux du rapport consistait à supprimer purement et simplement la fixation des prix ? — R. Pas du tout, monsieur Favreau. Je crois qu'on trouvera la raison de l'attitude du British Board of Trade dans la doctrine politique professée par le gouvernement de cette époque. Comme je le disais ce matin, celle-ci proclamait que l'État doit régir les prix. M. Padley, que je citais ce matin, n'a pas caché que le gouvernement socialiste du Royaume-Uni voulait que ce fût l'État qui régît les prix, du moins les prix d'un grand nombre de denrées. Le rapport Lloyd Jacob résulte, je l'ai dit, d'une grande enquête portant sur les faits. Au paragraphe 161, on y apporte une distinction très nette, — dont j'ai d'ailleurs donné lecture ce matin, — entre les ententes verticales et les ententes horizontales, en disant, comme je le dis moi-même dans mon mémoire, qu'elles n'ont pas les mêmes effets au point de vue de l'intérêt public. On y affirme que le fabricant de l'article de marque ne peut être indifférent aux conditions dans lesquelles son produit est vendu au public. Quant à l'entente horizontale, on ajoute qu'il y a lieu d'étudier davantage la question, afin de déterminer ce qu'il y a lieu de faire.

Messiers, à mon avis, ce Livre blanc, soumis à la Chambre, est l'expression du désir qu'a le gouvernement socialiste du Royaume-Uni de pratiquer, dans une très large mesure, une politique de taxation des prix par l'État. On y note que les associations commerciales ne se sont pas montrées d'un grand secours pour ce qui est de la mise au point des modalités d'application de ce genre de fixation des prix. On peut, je pense, prendre pour acquis que, normalement, les associations commerciales n'aiment pas que les prix soient taxés par l'État. Elles songent tout de suite à des bureaucrates, à des chinoiseries administratives sans fin, à de la paperasserie et ainsi de suite ; elles n'aiment pas cela. Le passage dont vous avez donné lecture montre bien, je pense, la difficulté. C'est qu'on n'a pas pu persuader les groupements commerciaux de proposer une régie des prix qui fût conforme aux idées politiques du gouvernement de l'époque. Je ne pense pas qu'on puisse un seul instant prétendre que le Livre blanc dont vous donnez lecture en ce moment correspond aux vues de l'actuel gouvernement du Royaume-Uni.

M. CROLL : Pourquoi pas ? Il ne l'a pas répudié ; il n'a pas dit qu'il n'y donnerait pas suite.

LE TÉMOIN : Je sais que je ne puis poser de questions, mais j'ai cherché à savoir . . .

M. FULTON : Essayez quand même ; nous verrons.

LE TÉMOIN : . . . si l'actuel gouvernement l'a répudié ou pas. Je n'ai pas encore reçu le renseignement. Si vous le savez, je vous serais reconnaissant de me le dire.

M. CROLL : Tout ce que je vous dis, c'est qu'il ne l'a pas encore publiquement répudié.

M. HEES : Mais il vient d'arriver au pouvoir ; donnez lui le temps.

LE PRÉSIDENT : Les débats reproduits au hansard montrent bien que les conservateurs et les libéraux ont appuyé le Board of Trade en cette affaire.

LE TÉMOIN : Du moins, ils l'ont appuyé en 1951, quand ils siégeaient dans l'opposition.

M. FAVREAU : Je donne maintenant lecture des paragraphes 164 et 165 :

164. A notre avis, les producteurs n'ont pas le droit de recourir à la fixation du prix de revente pour faire obstacle à la mise en oeuvre de certaines méthodes de commerce, pour empêcher la distribution, par d'autres fabricants, de marchandises qui font concurrence aux leurs ou pour priver le public des avantages que lui procurerait l'amélioration des méthodes de distribution. L'intérêt général exige que l'on distribue convenablement les marchandises et qu'il soit possible de diminuer les prix quand les frais de distributions sont peu élevés ou quand il existe un programme de répartition des excédents de bénéfices entre les consommateurs.

165. Nous recommandons que les ministères compétents invitent les principales organisations commerciales et industrielles d'envergure nationale à étudier avec eux les meilleurs moyens de rendre efficace ce programme.

LE TÉMOIN : Oui, puis, à la page 166, on ajoute.

Nous ne voyons pas une seule bonne raison que pourrait invoquer un fabricant pour empêcher le distributeur de vendre, comme il l'entend, les produits d'un autre fabricant ou pour abandonner, à cette fin, une partie de l'intérêt que présente pour lui le prix de revente des produits portant sa marque. Les programmes collectifs de fixation du prix de revente nous semblent avoir permis la réglementation générale de la concurrence dans la distribution, gêné l'apparition de méthodes commerciales économiques et empêché la diminution des frais de distribution et des prix. L'existence d'associations de négociants dont le but est d'exercer leur puissance collective en vue de maintenir les prix demandés par leurs membres est, selon nous, à déplorer. Nous notons que la commission constituée aux termes de la *Monopolies and Restrictive Practices (Inquiry and Control) Act* de 1948 a déjà été priée par le Board of Trade de faire enquête en ce qui concerne deux des industries dont nous avons reçu des témoignages.

Voici que nous revenons à l'entente horizontale.

M. Favreau :

D. On est favorable à l'entente verticale dans la mesure où le consommateur peut bénéficier de réductions de prix ? — R. Puisque vous avez soulevé ce point, me permettrez-vous de lire ceci . . .

LE PRÉSIDENT : Il me sera permis de rappeler que nous nous intéressons particulièrement, cet après-midi, au commerce de la quincaillerie au Canada. On peut bien laisser aux membres du Comité le soin de lire eux-mêmes ce qui s'est dit aux Communes anglaises.

M. FAVREAU : Pouvons-nous consigner la citation au compte rendu ?

LE TÉMOIN : Vous avez dit que le gouvernement britannique tenait beaucoup à ce que la fixation des prix ne vînt pas trop gêner l'établissement des prix à la consommation. On me permettra de donner lecture des paragraphes 48 et 49, page 10 du rapport Lloyd Jacobs.

L'HON. M. GARSON : Tout ceci est fort intéressant, mais le document est suffisamment éloquent par lui-même.

M. HEES : C'est votre avocat qui a commencé.

M. FULTON : Si j'ai bien compris, le témoin répond maintenant à une question que lui a posée l'avocat du Comité.

L'HON. M. GARSON : Il a dit ce matin au Comité qu'il fait siennes toutes les idées exprimées là, que ce document est excellent d'un bout à l'autre ; mais nous pouvons bien le lire nous-mêmes.

LE TÉMOIN : Je vous ai conseillé de l'étudier. Monsieur le président, j'aurais mis moins de temps à lire ceci.

M. THATCHER : Bon nombre d'entre nous ne sont pas avocats. J'aimerais entendre des arguments qui ne soient pas d'ordre juridique.

LE PRÉSIDENT : Si nous avons bien compris, l'avocat a étudié le mémoire, mais je pense que la plupart d'entre nous tiennent à interroger les témoins. M. Favreau cédera maintenant, si on lui accorde dix minutes à la fin.

LE TÉMOIN : Me donnera-t-on une minute ?

M. CROLL : Monsieur le président, qui préside la séance ? Ayant écouté ce monsieur toute la matinée, j'en ai eu assez et je suis sorti. Je voudrais interroger les témoins et me renseigner sur le commerce de la quincaillerie.

LE PRÉSIDENT : Je dois avouer que nous aurions abattu plus de besogne si nous avions pu interroger les témoins.

LE TÉMOIN : Je ne fais que répondre aux questions.

LE PRÉSIDENT : Je termine donc ici l'interrogatoire de M. Favreau et je prie M. Murray de poser ses questions. Il est le premier sur ma liste.

M. MURRAY : Je ne connais pas beaucoup toute cette terminologie légale et il se peut fort bien que je me fasse enguirlander en parlant comme je veux le faire. Je tiens, pour ma part, à féliciter le dernier témoin, qui nous a si magnifiquement exposé ses vues ; je le remercie plus particulièrement d'avoir bien parlé des pharmaciens.

LE PRÉSIDENT : Peut-être votre association de pharmaciens aurait-elle dû retenir ses services aussi.

M. MURRAY : J'ai une ou deux questions à poser, mais elles sont importantes ; elles n'ont pas laissé de m'inquiéter sérieusement. Voilà des années que je connais la pratique de la fixation du prix de revente et, somme toute, il n'est guère de meilleur maître que l'expérience. Comme un grand nombre d'autres commerces de détail au Canada, votre commerce emploie, je suppose, des centaines de milliers de commis qui ne sont pas seulement des consommateurs en puissance, mais des acheteurs en puissance. On pourrait même ajouter, à l'adresse du ministre, qu'il se peut que ce soit des électeurs en puissance.

LE PRÉSIDENT : Le ministre est-il le seul ici à se préoccuper des électeurs ?

M. Murray :

D. Je voudrais que vous me disiez si, dans votre commerce, vous avez du mal à conserver vos employés. Je vous conseille de réfléchir un instant parce qu'il me semble qu'en ce moment vous devez disputer à l'industrie la main-d'oeuvre, féminine et masculine, nécessaire à votre commerce de détail. Avez-vous des difficultés à cet égard ? — R. Je vais laisser à un de mes collègues le soin de répondre à cette question, mais j'aimerais tout de même mentionner ce que coûte, aux États-Unis, le personnel employé dans les quincailleries : là-bas 9 p. 100 du produit des ventes au détail sont consacrés à payer les employés. Cela m'a paru offrir quelque intérêt. Monsieur Gorsline, pourriez-

vous répondre à la question qu'on a posée au sujet du mal que nous avons à conserver nos employés ?

M. GORSLINE : Il semble bien évident que dans une activité comme celle de la vente au détail, — plus particulièrement dans les petites localités où les heures de travail sont plus longues que dans l'industrie et où, bien souvent, le salaire y est plus bas, — l'industrie nous fait certainement, du point de vue recrutement de la main-d'oeuvre, une concurrence sérieuse. Cela ne laisse pas de nous inquiéter lorsque nous songeons à nos frais de main-d'oeuvre.

M. MURRAY : Ainsi donc, monsieur, vous conviendriez que l'un des groupes d'employés les plus nombreux du pays est celui des employés de magasins de détail. Ce groupe serait probablement l'un des premiers à souffrir du chaos qui suivrait une période de rabaissement des prix.

M. GORSLINE : Je n'aime pas trop l'expression "rabaissement des prix". Je ne pense pas que les quincailliers se préoccupent plus qu'il ne faut du rabaissement normalement pratiqué à l'égard d'articles autres que ceux qui sont connus d'un bout à l'autre du pays annoncés à des prix tenus pour raisonnables. Je crois que l'industriel s'est fait une bonne réputation auprès du consommateur par la présentation de sa marchandise, par les services d'entretien qu'il assure, par la valeur de la garantie qu'il donne. Je pense, moi, que lorsqu'un consommateur entre dans mon magasin pour acheter un appareil électrique ou tout autre article à prix imposé, il sait très bien ce qu'il veut payer, probablement après s'être promené dans les magasins du quartier pour voir à combien revenaient ailleurs des articles de ce genre. Il a décidé que telle bouilloire électrique, par exemple, qui se vend $16.50 vaut bien ce qu'on en demande ; il sait que c'est un article dont l'entretien est assuré et dont le fonctionnement est sûr. Nous voulons, nous, prouver qu'il est loin d'être logique pour l'État de prohiber complètement ce genre de témoignage sur lequel s'appuie le public, en ce qui concerne des marchandises annoncées dans tous les coins du pays.

M. MURRAY : Ce qui m'intéresse, monsieur, c'est l'effet qu'aura cette mesure. Il y aura, dans le domaine du commerce de détail, un véritable bouleversement, accompagné d'une diminution des revenus de l'employé. Hier encore, j'apprenais du Bureau de la statistique que le revenu hebdomadaire moyen des employés du commerce de détail au Canada s'établissait, au 1er octobre 1951, à $41.23, alors que celui de l'ensemble des employés s'établissait, à la même époque, à $51.53.

Il y a déjà, on le voit, un écart assez considérable. Si donc on va ainsi diminuer le bénéfice du détaillant, il va s'ensuivre obligatoirement que ses employés recevront des salaires moindres. Voilà le point qui m'intéresse, le résultat de cette mesure-ci.

M. GORSLINE : Il nous est très difficile, je pense, de prédire les résultats de quelque chose que nous connaissons mal. Nous savons effectivement, d'après les renseignements que nous a fournis M. Dunn ce matin, qu'aux États-Unis, lorsque la fixation du prix de revente a été déclarée illégale par le gouvernement fédéral, il y a eu une période de bouleversement. Les gouvernements des États se sont donc occupés de la question et ont édicté des lois du loyal commerce, dans le dessein de rétablir la situation.

Je crois, que dans le commerce de la quincaillerie, le salaire moyen par employé est peut-être plus élevé que dans d'autres commerces de détail. Cela tient, comme on l'a expliqué dans une certaine mesure, à ce qu'il présente

certains aspects techniques; même celui qui y passe plusieurs années ne le connaît jamais parfaitement. Je ne pense pas que, du point de vue des salaires, on puisse nous comparer à certains commerces où la marge de bénéfice est bien moins considérable, telle l'épicerie, où il n'est pas aussi nécessaire d'avoir une connaissance technique de la marchandise pour réussir à la vendre.

M. MURRAY : Vous pourriez donc dire, monsieur, que vous risquez de perdre vos employés à l'industrie, qui paye, en général, des salaires plus élevés ?

M. GORSLINE : Cela me paraît exact, dans l'ensemble.

Il ne serait peut-être pas sans intérêt de rappeler que, pendant la guerre, à l'époque où la main-d'oeuvre était répartie entre telle ou telle industrie, le commerce de détail du pays, quelle qu'ait été l'importance qu'il présentait du point de vue du consommateur, ne jouissait, à cet égard, d'aucune espèce de priorité. Il n'en était même pas question. Il fallait trouver nos employés où nous pouvions : infirmes, vieillards, n'importe qui, qui pouvait nous être de quelque utilité pour faire les paquets. Mais ce n'étaient pas des vendeurs !

M. MURRAY : Vous conviendrez, je pense, que l'organisation rationnelle du régime des prix fournit de l'emploi et qu'elle est conforme à l'intérêt économique de la nation ?

M. GORSLINE : C'est tout à fait mon avis.

LE PRÉSIDENT : Madame Fairclough ?

LE TÉMOIN : Pour faire suite à la question, je dirai que M. Lamb s'est livré, je crois, à certains calculs sur le nombre et le genre de magasins de détail et les personnes qui en dépendent financièrement. S'il voulait en parler au Comité, cela intéresserait peut-être celui qui a posé la question.

M. LAMB : Je crois savoir qu'il y a au Canada 248,000 détaillants ; s'il y avait en moyenne trois personnes par magasin, cela ferait en tout 744,000 employés.

M. FULTON : Dans tous les magasins de détail ?

M. LAMB : Oui.

M. CROLL : Comment le projet de loi les atteindra-t-il ?

M. LAMB : Il va de soi que, quelque soit son genre de commerce, le marchand qui ne fait pas de bénéfices ne peut payer ses employés. Il lui faut réduire son personnel.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Croll, vous êtes à peu près le huitième sur ma liste ; peut-être pourriez vous attendre pour poser vos questions que ce soit votre tour ?

MME FAIRCLOUGH : Monsieur le président, ce matin M. Dunn nous a parlé du nombre des marchandises généralement vendues par les quincailleries de détail : 26,530. Est-ce que tous les magasins en vendent autant ?

LE TÉMOIN : Non.

MME FAIRCLOUGH : Il nous a dit également que 2,094 objets sont visés par la fixation du prix de revente. Ce n'est pas la première fois que je soulève cette question, mais j'aimerais me renseigner de nouvau auprès des quincaillers. Des 2,094 objets donc, visés par la fixation du prix de revente, combien en est-il à prix imposé et combien à prix simplement proposé ? Avez-vous des chiffres là-dessus ?

M. GORSLINE : Je crois pouvoir vous offrir une réponse à cette question. Je me suis toujours demandé jusqu'où va justement la fixation du prix de revente. Nous vendons pas mal d'articles dont le prix de revente est indiqué par le fabricant. Il y a, par contre, une autre catégorie d'articles, que nous appelons "marchandises de concession" et qui comprend les gros appareils ; dans ce cas, les prix proposés sont appliqués avec plus ou moins de sévérité.

Parmi les fabricants avec lesquels nous traitons, il n'en est qu'un avec lequel nous ayons signé un accord relatif à la fixation des prix. Si je ne m'abuse, lorsqu'un détaillant signe un contrat, le fabricant exprime le désir que tel ou tel prix soit toujours exigé. Je crois que si on abaissait continuellement le prix en deça du niveau proposé, le fabricant pourrait juger qu'il y va de son intérêt et de celui de ses clients d'un bout à l'autre du pays d'intervenir de manière à convaincre le détaillant d'en rester au prix primitivement proposé.

Je crois que j'ai répondu à la question de Mme Fairclough, en ce sens que le nombre des articles dont nous sommes rigoureusement tenus de respecter le prix proposé est relativement faible. Par contre, les articles que nous faisons figurer parmi ces 2,000 et quelques dont nous parlions sont ceux dont le fabricant a proposé le prix de revente, prix qu'il tient beaucoup à voir respecter par tous les détaillants.

MME FAIRCLOUGH : Vous diriez donc que le fabricant ne viendra pas dans votre magasin en retirer ses marchandises, c'est-à-dire celles qu'il fabrique. Il ne punira pas non plus d'autre façon le détaillant qui aura, à l'occasion, vendu un article en deça du prix qu'il a indiqué. Mais, s'il s'agit de ventes répétées, en deça du prix fixé, — si, par exemple, on vendait toujours $15.50 un article qu'il veut faire vendre $16.50, — peut-être adressera-t-il des observations au détaillant, peut-être même pourra-t-il, aux termes du contrat, enlever ses marchandises du magasin. Est-ce exact ?

M. GORSLINE : Je crois que cela risque d'arriver. Comme je le disais, nous n'avons pas de contrat. Il faut aussi songer que la mise en application de cette fixation du prix de revente serait, pour le fabricant, une entreprise considérable. Je ne pense pas qu'en ce qui concerne la vente au détail des petits objets de quincaillerie il y ait grand contact entre le détaillant et le fabricant ; tout se fait, en général, par l'intermédiaire d'un grossiste. Cela me semble pourtant assez juste. Supposons, par exemple, que j'aie un commerce florissant et qu'à côté il y en ait un autre moins solidement assis. Un article nous arrive, que nous sommes censés vendre $9.95. En le vendant constamment en deça du prix fixé, il se peut que je me débarasse de mon concurrent, ce qui n'est avantageux ni pour lui, ni pour moi. Je crois que, n'importe où, le secret du succès dans les affaires... Il y a trois quincailleries à Collingwood. Je crois que, s'il y en avait quatre, nous aurions plus de clients dans nos établissements, puisqu'il y aurait ainsi un plus grand choix dans les sources d'approvisionnement. La vente de certains produits très connus, annoncés dans le pays tout entier, telle la cire Johnson, est assez intéressante et bien des magasins veulent en vendre. On a provoqué une grosse demande pour les produits de cire Johnson et tout le monde tient à les vendre, bien qu'ils offrent une faible marge de bénéfice.

MME FAIRCLOUGH : Vous avez parlé du rapport MacQuarrie. Au chapitre des conclusions et vœux, on trouve ceci, au troisième alinéa :

> Il est à remarquer que le Comité ne recommande pas que la prescription et l'imposition de prix de revente autres que les prix minimums deviennent un délit.

Puis le rapport ajoute :

> Les fournisseurs seraient donc libres de proposer et d'imposer des prix maximums de revente.

J'aimerais demander maintenant à ces messieurs si l'un d'eux veut se prononcer sur la probabilité qu'un prix maximum devienne un prix accepté dans le domaine de la quincaillerie. Supposé que la mesure législative projetée soit adoptée et qu'un fabricant établisse un prix maximum à l'égard d'un article, quelles sont les chances, à votre avis, que ce prix devienne le prix de l'article ?

LE TÉMOIN : Je crois pouvoir répondre assez rapidement à cette question. Un grand nombre de magasins indépendants seront très enclins, je crois, à accepter ce prix comme le prix généralement en vigueur, mais si les magasins dont le pouvoir d'achat est considérable décident de vendre l'article à un prix beaucoup plus bas, alors le chaos le plus complet règnera, personne ne saura à quoi s'en tenir et, en fin de compte si ce prix général se stabilise à un niveau inférieur à celui qui permet aux commerçants indépendants de réaliser des bénéfices, le produit disparaîtra du marché.

Mme Fairclough :

D. La situation que vous décrivez ne pourrait exister qu'au moment où il y aurait une grande abondance de ce produit particulier, mais en cas de pénurie ne croyez-vous pas qu'on serait porté à maintenir le prix maximum ? — R. Oui, cette tendance serait plus prononcée alors. Cependant, je le répète, la pénurie et l'emplacement y seraient pour beaucoup. Tout dépendrait de la situation. Dans une ville comme Hamilton, par exemple, où il y a de nombreux débouchés, le problème est différent de celui qui se pose dans un petit centre, où il n'y a qu'un ou deux magasins et, alors, la question de la pénurie devient un facteur plus important. Il s'agit de parcourir toutes les villes en quête de quelques articles rares. On n'en trouverait certes pas dans une ville comme North-Bay.

D. J'ai fait une déclaration semblable l'autre jour au Comité quand j'ai affirmé qu'il n'y aurait pour ainsi dire plus de distribution équitable de marchandises rares dans de telles conditions. — R. Oui, comme je l'ai fait observé ce matin, après la seconde guerre mondiale les gens auraient payé les batteurs-mélangeurs des prix fantastiques si les prix de revente n'avaient pas été fixés, établis. Lorsqu'on en aurait mis un en vente c'est le plus fort enchérisseur qui l'aurait obtenu. Ainsi il y aurait eu marchandage et les gens se seraient alors demandés quel était le juste prix d'un mélangeur. Si un ami en avait acheté un à $150 parce que ces appareils étaient rares et qu'un autre en avait acheté un à un prix beaucoup moins élevé, le public aurait alors perdu confiance dans ce produit et aurait cesser de l'acheter. C'est ce qui est arrivé dans le cas de la montre Ingersoll.

D. Monsieur le président, puis-je parler du Livre blanc britannique ?

LE PRÉSIDENT : Oui, tous les membres du Comité peuvent le faire car le témoin en a parlé.

Mme Fairclough :

D. J'aimerais me reporter à la note de M. Henry Smith qu'on trouve à la fin des vœux. — R. Il s'agit du membre dissident.

D. Oui, il est dissident. Voici ce que je lis dans le paragraphe 2, deuxième phrase, au sujet de la fixation des prix de revente :

> ... cette pratique porte inévitablement les prix de détail à monter plus qu'ils ne le feraient sans être pratique dans les régions où les frais de distribution sont peu élevés, et entraîne une multiplication inutile des magasins de détail.

Êtes-vous de son avis quand il affirme qu'on devrait concentrer le commerce dans les grands centres de distribution et fermer les petits magasins qui, à son avis, ne peuvent conserver la même marge de bénéfices que les grands établissements ? — R. Bien entendu je ne le comprends pas du tout quand il déclare que la fixation des prix est une cause de hausse des prix dans certaines régions, parce que l'expérience... M. Gorsline a dit ce matin, je crois, qu'il était en affaires à Collingwood. Il doit acquitter les frais de transport de l'endroit d'expédition le plus rapproché, comme Toronto, mais dans le cas d'un article comme le mélangeur Sunbeam il le vend au même prix qu'à Toronto et absorbe les frais de transport. Comme il l'a déclaré ce matin, si le prix de l'article n'est pas fixé il lui est facturé à un certain prix ; il acquitte en outre les frais de transport puis ajoute sa majoration au prix coûtant. Ainsi, si le prix de revente de l'article n'est pas fixé, je suis d'avis qu'en un endroit éloigné de l'Ontario septentrional surtout un mélangeur, par exemple, se vendra certainement plus cher.

D. Vous ne pouvez pas prétendre que les frais de distribution sont peu élevés dans les centres ontariens éloignés des grandes agglomérations commerciales. M. Smith se reporte, j'imagine, à ce qu'il a dit ici ; les prix sont peut-être plus élevés à Toronto mais de toute façon il y a un trop grand nombre de magasins de détail. — R. Oui.

LE PRÉSIDENT : C'est votre dernière question, madame Fairclough.

Mme Fairclough :

D. Je voudrais résumer ma pensée dans cette question. M. Smith me semble dire qu'il importe peu qu'il y ait des magasins de détail à Collingwood ou à quelqu'autre endroit dans le nord, pourvu qu'il y ait un grand magasin à Toronto qui puisse vendre l'article moins cher que les autres magasins. L'opinion générale semblerait préférer avoir un gros établissement à Toronto et ne pas avoir ces autres petits. — R. Comme je le disais ce matin, si 3,000 de ces 4,000 magasins sont inefficaces, qu'ils disparaissent. Les gens pourront alors commander d'après les catalogues et se faire expédier la marchandise désirée, mais il n'y aura pas de quincaillier dans leur localité qui ira poser un carreau de verre ou réparer la voiture du bébé.

LE PRÉSIDENT : C'est votre tour, monsieur Thatcher.

M. Thatcher :

D. Je n'ai que deux ou trois questions à poser. Une partie de ce mémoire m'a intéressé tout particulièrement ; c'est celle qui a trait à ce qu'ont fait les États-Unis et la Grande-Bretagne dans ce domaine, car j'imagine que le gouvernement du Canada pourrait profiter de l'expérience de ces pays. Je n'ai pas très bien compris ce qu'on y a fait et j'aimerais que M. Dunn nous explique la question un peu plus. Si j'ai bien compris ce qui est dit à la page 7, de son mémoire, on a aboli cette pratique aux États-Unis vers 1890. — R. C'est un peu plus tard, je crois, parce qu'il s'écoula quelques années avant que la Cour suprême des États-Unis déclare que les accords verticaux était contraires aux dispositions du bill anti-trust.

D. Les effets de cette mesure aux États-Unis ont été semblables à ceux qui se produiraient au Canada si on y abolissait cette pratique ? J'entends que

les mesures législatives seraient en quelque sorte parallèles ? — R. Oui, sauf que leur mesure ne pouvait avoir d'effet sans un recours à une interprétation judiciaire. Notre projet de loi est plus précis. Il ne serait pas nécessaire de recourir aux tribunaux pour décider des mesures à prendre.

D. Pouvez-vous me dire quel a été le résultat aux États-Unis, de façon générale, de l'abrogation de cette mesure en ce qui concerne les détaillants ? En est-il résulté une situation chaotique, grave ? Plusieurs marchands ont-ils été obligés d'abandonner les affaires ? — R. Je ne voudrais pas essayer d'indiquer le nombre de personnes qui ont abandonné les affaires pendant cette période, mais ce qui a été écrit à ce sujet démontre amplement que par suite du traitement fait aux produits de marque, plusieurs disparurent complètement du marché et furent subséquemment remplacés par des articles comparables qui se vendirent plus cher. Je vous ai exposé succintement ce matin ce qui était arrivé dans le cas de la montre Ingersoll. Ce récit était pittoresque et intéressant, mais les cas semblables sont nombreux.

D. Excusez-moi, monsieur Dunn, mais diriez-vous qu'il en est résulté une situation très difficile ? — R. Il est incontestable qu'il en est résulté des difficultés graves, tant pour les détaillants que pour le public.

D. Dois-je comprendre d'après votre mémoire qu'en définitive 45 des 48 États ont été obligés d'abroger cette mesure et d'adopter des lois relatives au loyal commerce ? — R. La situation était devenue si grave qu'il a fallu rendre cette pratique légale et la désigner sous le nom de loyal commerce. C'est la Californie qui a pris l'initiative en 1931 et cette mesure répondait tellement à la demande publique que 44 autres États suivirent cet exemple en l'espace de quelques années.

D. Vous laissez entendre dans votre mémoire que les mesures législatives de ce genre adoptées aux États-Unis ont échouées ? — R. Absolument. L'histoire révèle qu'elles ont aboutie à un échec et si nous adoptons une mesure de ce genre ici nous rétrogradons jusqu'aux années 1900.

D. J'ai essayé de comprendre ce qui s'est passé en Grande-Bretagne. Vous dites qu'on a établi un comité pour étudier cette question, le comité Lloyd Jacob. S'agit-il d'un comité parlementaire comme le nôtre ou d'un comité privé comme le comité MacQuarrie ? — R. C'était un comité privé comme le comité MacQuarrie.

D. Ce comité était censé être impartial ? — R. Je ne saurais dire quelles pouvaient être ses relations politiques avec le gouvernement de l'époque, mais je sais qu'on y a nommé des hommes éminents.

D. A la page 17 de votre mémoire vous déclarez que le comité anglais a recommandé de ne prendre aucune mesure. En d'autres termes, ses recommandations sont exactement à l'encontre de celles du comité MacQuarrie ? — R. Oui, et il a recommandé tout à fait le contraire de ce que la Cour suprême des États-Unis a fait.

D. On voudra bien me permettre de pousser mon interrogatoire un peu plus loin. Un rapport a-t-il été présenté au gouvernement travailliste ?

L'HON. M. GARSON : Je n'aime pas interrompre mon ami, mais comme il s'agit d'un document que nous pouvons tous lire, je crois que nous allons induire le présent comité grandement en erreur si nous permettons des questions et des réponses comme celles que nous venons d'entendre, car je ne reconnais pas que la déclaration que le témoin vient de faire est le moindrement exacte.

Au sujet d'un rapport que nous pouvons tous lire, pourquoi devrions-nous l'analyser avec le témoin et prendre ainsi le temps du Comité ? Nous pouvons tous tirer nos propres conclusions ? Il est rédigé en anglais et non pas en une langue étrangère.

M. THATCHER : Monsieur le président, on nous a présenté 50 mémoires que nous n'avons pas eu le temps de lire. Si le témoin peut nous résumer la question en deux mots, pourquoi n'obtiendrions-nous pas ces renseignements de lui ?

LE PRÉSIDENT : Si M. Thatcher poursuit son interrogatoire en ce sens il apprendra que le gouvernement travailliste est allé de l'avant et que ces opinions ne sont pas les siennes.

M. THATCHER : J'aimerais connaître les faits.

L'HON. M. GARSON : Vous trouverez les faits dans le rapport. Même si vous convoquiez vingt témoins il vous faudrait toujours vous reporter au rapport pour connaître les faits. Les témoignages entendus seront consignés au procès-verbal. Si le débat ou la discussion se poursuit ceux qui y prendront part, — s'ils sont assez naïfs pour le faire, — voudront citer le témoin tandis que d'autres citeront le rapport. Nous pourrions donc partir sur un pied d'égalité et citer le rapport dès le début.

M. FULTON : Je ne suis pas un bien bon avocat et je pourrai avoir besoin d'aide pour interpréter un document. Ne nous est-il pas permis de recourir à l'aide de spécialistes, et je crois que nous pouvons considérer M. Dunn comme un expert à cet égard . . .

LE PRÉSIDENT : Notre comité a retenu les services de deux avocats éminents qui ont en main le rapport Lloyd Jacob et le Livre blanc britannique et pas un seul membre de votre parti, me dit-on, n'a encore eu recours à cette source de renseignements. Or voici que vous demandez à un monsieur, qui est ici l'avocat d'un groupe particulier, de nous fournir des renseignements qu'on peut facilement obtenir de nos avocats. Si c'est ce que vous désirez savoir, monsieur Thatcher, je vous dirai qu'à la suite de ce rapport le gouvernement travailliste de Grande-Bretagne a annoncé à la Chambre des communes britannique qu'il avait l'intention de présenter une mesure législative visant à interdire la pratique de la fixation des prix de revente.

M. FULTON : Vous nous avez déjà fait cette observation à quatre reprises, monsieur le président, et nous vous avons entendu la première fois.

LE PRÉSIDENT : Il faut probablement la répéter quatre fois pour vous la faire entrer dans la tête.

M. THATCHER : Puis-je continuer maintenant ?

LE PRÉSIDENT : Je vous accorderai quatre minutes de plus à cause de l'interruption.

M. THATCHER : Vous dites que d'après son rapport ce comité a recommandé de ne présenter aucune mesure, ce qui est exactement le contraire de ce qu'on a fait chez nous.

LE PRÉSIDENT : Le gouvernement a publié un Livre blanc acceptant le rapport et a annoncé au Parlement qu'il présenterait la mesure législative.

M. THATCHER : Pourquoi ne l'a-t-il pas fait ?

LE PRÉSIDENT : Parce que, heureusement ou malheureusement, il y a eu des élections dans l'intervalle.

L'HON. M. GARSON : Tous ces faits sont publiés en mots d'au plus trois syllables dans le rapport dont parle le témoin ainsi que dans le Livre blanc. C'est une perte de temps que d'interroger le témoin à ce sujet parce que rien n'a certes établi aujourd'hui qu'il était spécialiste en économie.

M. THATCHER : Si je veux perdre dix minutes à essayer d'obtenir des renseignements, je suis libre de le faire.

M. MACINNIS : M. Thatcher a le droit de poser toute question pertinente au mémoire présenté par la délégation qui comparaît devant nous aujourd'hui. A mon avis, il vaut mieux laisser M. Thatcher poser ses questions et permettre au témoin de lui répondre s'il s'agit de renseignements qui pourront élucider davantage ce qu'on a fait.

LE TÉMOIN : Je pourrai peut-être abréger cette discussion en disant que je partage entièrement l'avis de M. Garson, soit qu'un document de cette nature se passe de commentaires. J'ajouterai que ce qui m'a frappé le plus c'est qu'aucun des vœux n'a trouvé place dans le rapport MacQuarrie. La seule mention qu'on y fait de cette enquête économique consiste en une brève citation tirée des termes du mandat confié au comité, mais le rapport MacQuarrie ne nous dit rien de plus au sujet du travail accompli par ce comité. Je vous demande, messieurs, de prendre le temps d'y songer, de le digérer et de ne pas simplement glisser sur ce document comme l'a fait le comité MacQuarrie.

M. FULTON : Je pose une objection. J'imaginais, et on a toujours dit au sujet des enquêtes de cette nature, qu'un de leurs avantages consistait à faire la lumière sur ce qui se passait. Il est bien vrai que nous sommes capables de lire ces documents et que, si nous ne les avons pas lus, nous devrons accepter les critiques qu'on nous adressera à ce sujet, mais il n'en reste pas moins que le public n'en a pas pris connaissance. Le public s'intéresse à la question, — bien que le président et le Gouvernement s'efforcent de le garder dans l'ignorance . . .

LE PRÉSIDENT : Certains membres du Comité font tout ce qu'ils peuvent pour prolonger l'enquête.

M. FULTON : On devrait permettre à M. Thatcher de demander au témoin ce que renferment ces documents et quelles mesures ont été prises à la suite de la présentation du rapport, afin que ces renseignemnts soient consignés au compte rendu.

L'HON. M. BEAUBIEN (*président conjoint*) : Tous les membres du comité savent ce qui s'est passé par la suite.

LE PRÉSIDENT : Je permettrai à M. Thatcher de continuer son interrogatoire, mais je lui ferai remarquer que le témoin représente un groupe de quincailliers.

M. THATCHER : L'argument le plus efficace qu'il a présenté aujourd'hui c'est que dans les autres pays la fixation des prix de revente n'a pas marché, et si je fais erreur à ce sujet j'aimerais qu'on me le dise.

M. HEES : Si on avait permis à M. Thatcher de continuer il aurait maintenant fini.

M. CROLL : Ce serait regrettable qu'il ait fini, car j'aime l'entendre.

M. THATCHER : Le témoin pourrait-il nous dire si d'autres pays, à sa connaissance, ont supprimé le régime de la réglementation des prix ?

LE TÉMOIN : Au cours de mes voyages j'ai lu qu'aucun pays, sauf les États-Unis, n'a eu à considérer cette pratique comme illégale. J'ai également

appris que dans certains pays d'Europe elle était tout à fait légale. Je ne saurais vous donner de plus amples renseignements à ce sujet, mais c'est ce que j'ai appris au cours de mon étude de cette question.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Thatcher, me permettez-vous de vous interrompre afin de poser une question ? Existe-t-il des lois sur les coalitions dans certains de ces pays d'Europe ?

LE TÉMOIN : Je ne saurais vous donner de renseignements exacts à ce sujet, mais d'après mes lectures cette pratique est légale en Europe de sorte que les États-Unis sont le seul pays important où cette pratique a été déclarée illégale à un moment donné.

LE PRÉSIDENT : Pour votre gouverne, je vous ferai observer que la Suède en 1946 et la Grande-Bretagne en 1948 étaient les deux seuls pays où on avait adopté des lois sur les coalitions.

LE TÉMOIN : Nous examinions la fixation des prix de revente et les accords verticaux ; on m'a demandé un renseignement et j'ai dit que d'après mes lectures aucun pays n'avait déclaré cette pratique illégale. Je ne prétendais pas témoigner à l'égard de mesures sur les coalitions.

LE PRÉSIDENT : Notre comité enquête sur les lois concernant les coalitions.

M. Thatcher :

D. Je parle de la page 21 et M. Dunn dit qu'au haut de cette page on rapporte que le gouvernement anglais a constaté que les majorations étaient moins élevées sur les articles à prix fixé que sur les autres. Dois-je en conclure que le gouvernement anglais a étudié les chiffres et les faits ? — R. Le rapport l'indique. Il a interrogé des marchands et des fabricants, et après avoir obtenu des renseignements sur les prix de revient et les majorations il en est venu à cette conclusion.

D. D'après ce que vous avez dit ce matin ni le comité MacQuarrie ni le présent comité n'ont obtenu de telle précision ? — R. Exactement. C'est ce que vous devriez faire, à mon avis. Mes données ne sont que des indications pour vous. Il se peut que vous les trouviez erronnées.

D. Les chiffres que vous nous avez fournis en tant qu'association indiquent-ils, de façon générale, que dans l'industrie les marges sur les articles à prix fixés sont moins élevées ? — R. Les renseignements au sujet des marges ne sont pas aussi précis qu'ils le sont au sujet de la hausse des prix. L'indication au sujet de la hausse des prix est bien nette et on constate qu'elle n'est pas aussi prononcée dans le cas des marchandises à prix fixés que dans le cas des autres. L'écart dans la marge n'est pas aussi considérable. Il est de 21.6 à l'égard de la peinture mais il n'est pas le même dans tous les cas. Les majorations ont tendance à être beaucoup plus fortes dans le cas des marchandises à prix non fixé. Le quincaillier est d'avis qu'elle doit être de 33⅓ p. 100 pour ce qui est de la marchandise générale.

D. Quelques-uns des chiffres qui figurent aux pages 23 et 24 indiquent que ces dernières années la hausse n'a pas été aussi rapide dans le cas des marchandises à prix fixé que dans le cas de celles dont le prix n'est pas fixé ? — R. Oh, c'est bien certain.

D. Vous soutenez que dans le cas de la quincaillerie cette pratique a maintenu les prix bas ? — R. Il n'y a pas le moindre doute à ce sujet.

D. Si on abolissait le régime de la fixation des prix est-ce qu'en général les prix de votre marchandise et le coût de la vie baisseraient ? — R. Si on

interdisait la fixation des prix de revente on constaterait, je crois, que les prix des articles à prix fixés, qui sont indiqués à la page 23, accuseraient une hausse sensible. Les personnes à qui j'ai parlé me disent que la marge autorisée n'est pas suffisante dans le cas des articles à prix fixé. Elle n'est que de 25 p. 100, par exemple, dans le cas des ampoules électriques. La majoration proposée, me dit-on, est en général de 33⅓ p. 100 au détail. Si les prix de revente de ces articles n'étaient pas fixés on exigerait une majoration de 33⅓ p. 100 dans les centres éloignés.

LE PRÉSIDENT : Vous avez parlé pendant dix-huit minutes, monsieur Thatcher.

M. THATCHER : Mais vous avez dit que vous ne compteriez pas le temps pris par les interruptions. Il ne me reste que deux questions à poser.

M. Thatcher :

D. Si la fixation des prix de revente était prohibée les petits détaillants craindraient, entre autres choses, de voir une forte partie du commerce concentrée entre les mains des grands magasins à rayons. Nous avons entendu les représentants de Woodward's ce matin et c'est le neuvième magasin à rayons qui se prononce en faveur de la suppression de cette pratique. Quelle est l'opinion de votre association à ce sujet ? — R. La plus grande partie de nos membres sont des marchands indépendants qui font concurrence aux magasins à succursales.

D. Croyez-vous que certains marchands devraient abandonner les affaires à cause de cela. La situation deviendrait-elle grave à ce point, ou ces marchands n'en souffriraient-ils qu'un peu ? — R. Nos bénéfices diminueraient considérablement et il nous faudrait abandonner la vente d'une foule d'articles que les clients ne pourraient plus trouver chez nous. Les petits détaillants cesseraient de vendre un grand nombre de produits et les consommateurs seraient obligés de se rendre dans les grands centres pour se les procurer. On verrait disparaître de nombreux produits des tablettes des petits magasins.

M. Hees :

D. Vos observations de ce matin sur les lois concernant le loyal commerce équitable, aux États-Unis, m'ont fort intéressé. Ai-je raison de dire que les choses se sont passées aux États-Unis à peu près ainsi qu'il suit. En 1900, le gouvernement américain a interdit la fixation des prix de revente et la période qui s'étend de 1900 à 1931 a été très peu satisfaisante tant du point de vue des détaillants que de celui des consommateurs. En 1931, la Californie a adopté la première loi concernant le commerce équitable et actuellement 45 des 48 États ont des lois de cette nature, qui ont été validées par la loi dite "Millard Tidings Act. — R. Il s'agit d'une longue question mais je crois qu'il me faut y répondre affirmativement.

D. Comme j'ai l'impression que ces lois concernant le commerce équitable doivent satisfaire les consommateurs tout aussi bien que les marchands, vu que le peuple qui élit les gouvernements et que les consommateurs sont plus que nombreux que les détaillants, j'aimerais connaître votre opinion à ce sujet. Si les lois sur le commerce équitable n'avaient pas donné satisfaction aux habitants de 45 des 48 États leurs gouvernements auraient été défaits et ces lois auraient été abrogées. Il y a donc lieu de supposer que les habitants des États-Unis les approuvent ? — R. Je ne fais pas de politique mais les législatures de ces États ont adopté ces lois et d'ordinaire ces gouvernements cherchent à faire la volonté du public car autrement ils ne se feront pas

élire la prochaine fois. Comme la législature de la Californie a bel et bien passé cette loi, si elle n'avait pas été satisfaite, je doute que d'autres États l'auraient adoptée, je doute fort que le Congrès l'aurait approuvée, parce que toutes sortes d'influences s'exercent. Ces faits démontrent que le public approuve ces mesures.

D. Les lois sur le commerce équitable des États-Unis ont donné satisfaction tant aux détaillants qu'aux consommateurs ? — R. Il faut le reconnaître, je crois.

D. Je suis heureux de voir que vous partagez mon avis, car ce point me semble très important. Pour faire suite à vos observations de ce matin je tiens pour acquis que ce comité a étudié le problème de la fixation des prix de revente pendant une période de deux années et en est venu à la conclusion qu'on ne devrait prendre aucune mesure de nature à entraver la fixation verticale des prix ; est-ce exact ? — R. Je l'ai déjà déclaré et le Comité peut s'en rendre compte en consultant le rapport.

D. Vu ce qui s'est passé en Grande-Bretagne et aux États-Unis ne vous semble-t-il pas extraordinaire que nous projetions ici d'adopter une mesure législative interdisant la fixation des prix de revente au lieu d'étudier l'à-propos d'adopter des lois semblables aux lois sur le commerce équitable des États-Unis ? — R. A mon avis nous rétrogadons de cinquante ans et nous nous plaçons dans la situation où les États-Unis se trouvaient en 1900. En agissant de la sorte nous nous mettons dans l'obligation de passer des lois concernant le commerce équitable.

D. Les membres du Comité se rendent bien compte que le Gouvernement a l'intention de faire adopter cette mesure malgré toute l'opposition qu'elle suscite.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre, monsieur Hees. L'interrogatoire des témoins est chose permise, mais certains membres de l'opposition semblent vouloir créer de l'obstruction.

M. HEES : Je ne dépasserai pas mes dix minutes, mais j'échange des observations avec M. Dunn en ce moment. Ses opinions m'intéressent beancoup.

LE PRÉSIDENT : M. Dunn est également un spécialiste en ce qui a trait à notre procédure parlementaire.

M. HEES : Je ne crois pas que rien de ce que j'ai dit ne soit antiparlementaire. Vous retardez les délibérations.

M. CROLL : Je crois que ses observations sont fausses, monsieur le président, ce qui est bien pire.

M. FULTON : J'invoque le Règlement, monsieur le président.

M. CROLL : M. Fulton en appelle-t-il au Règlement ?

M. FULTON : Oui.

M. CROLL : De quoi s'agit-il ?

M. FULTON : Je désire savoir qui a la parole ; de quelle genre de procédure s'agit-il . . .

M. CROLL : C'est de la procédure à la Sinclair.

M. FULTON : C'est ce qu'on a dit de plus vrai ici.

LE PRÉSIDENT : Il se peut aussi que MM. Fulton, Hees et Thatcher fassent tout ce qu'ils peuvent pour retarder les délibérations du Comité.

M. Hees :

D. Il est bien évident pour moi et pour d'autres aussi, je crois, que le Gouvernement a l'intention de faire adopter cette mesure malgré l'opposition qu'elle peut susciter. Ne croyez-vous pas qu'on devrait présenter une mesure législative en vue de protéger le petit détaillant contre la pratique de la vente à perte ? — R. Peu importe de quelle manière la mesure sera adoptée, par quelle voie systématique, si elle entre en vigueur le mois prochain ou l'année prochaine, le commerce de détail sera en grand danger à moins que la mesure elle-même ou qu'une mesure parallèle ne le protège efficacement contre la pratique de la vente à perte. Je suis très heureux de voir que mon ami, M. Croll, a entrepris de définir ce qu'est un article sacrifié. La chose sera excessivement difficile, je crois. M. Croll a commencé ce travail mais je demande au Comité d'étudier cette question, car si la mesure projetée est adoptée la semaine ou l'année prochaine il faudra la faire accompagner d'une mesure de protection contre la pratique de la vente à perte.

M. HEES : Monsieur le président, j'ai terminé en sept minutes.

LE PRÉSIDENT : Je vous remercie, monsieur Hees, vous êtes admirable, — en ce qui concerne le temps employé.

M. Carter :

D. Le témoin, je crois, a déclaré ce matin qu'il avait fait une espèce d'enquête à lui seul, en est-il ainsi ? — R. Oui.

D. Et vous avez constaté que le consommateur était fort mal renseigné à ce sujet ? — R. Il n'en connaissait rien.

D. Vous avez dit, je crois, qu'il avait une vague idée que d'aucuns réalisaient des bénéfices deux fois plus élevés qu'ils le devraient ? — R. Parfaitement. Il s'agit précisément du mot "fixer". Il n'a fait aucune étude de la question ; il pense tout bonnement que quelqu'un a fix le prix, et un prix qui a été fixé ne saurait être équitable à son avis.

D. Êtes-vous au courant de la situation à Terre-Neuve ? — R. Comme je l'ai dit au président ce matin, je ne saurais vous être d'aucune utilité dans ce domaine.

D. Reconnaissez-vous qu'avant l'entrée de Terre-Neuve dans la Confédération la pratique de la fixation des prix de revente n'exitait pas à Terre-Neuve ? — R. Si le député a fait une étude personnelle de la question j'accepte ses constatations avec plaisir.

D. Je suis de Terre-Neuve moi-même et je le sais d'après mon expérience personnelle. D'ailleurs on a la confirmation de ce fait dans un mémoire que le Newfoundland Co-Operative Union a présenté à notre comité.

LE PRÉSIDENT : Et dans le rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix.

M. Carter :

D. Oui, et dans le rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix. Or, lorsque Terre-Neuve est entrée dans la Confédération elle a soudainement ressenti le choc de la fixation des prix de revente. La situation à Terre-Neuve différait de celle des autres provinces où cette pratique s'est implantée graduellement, car à Terre-Neuve on l'a imposée tout d'un coup. — R. Il me faudra poser des questions avant de pouvoir répondre à ce genre

de question. Avant la Confédération est-ce que la pratique de la fixation des prix de revente était illégale à Terre-Neuve ?

D. Non, elle n'existait pas tout simplement. — R. Très bien, je comprends. La situation était semblable à celle que nous connaissions ici en 1927.

D. Et à la suite de l'imposition soudaine du régime de la fixation des prix de revente à Terre-Neuve voici ce qui est arrivé. A la page 23 de vos mémoires il est question de piles, — je ne sais pas quels sont les chiffres au sujet des piles de lampes de poche, — mais je sais que dans ma province, Terre-Neuve, les piles d'allumage sont des articles très importants pour les pêcheurs. — R. Oui.

D. Avant l'entrée dans la Confédération les piles d'allumage livrées à Terre-Neuve coûtait au détaillant 45½¢ par élément. Le consommateur les payait 60¢ l'élément. Lors de l'entrée dans la Confédération le prix de l'article livré au détaillant a subi une hausse subite de 1¢, soit de 45½ à 46½¢, mais le prix pour le consommateur est passé de 60¢ à 80¢. — R. De quelle sorte de piles s'agit-il ?

D. De la pile sèche No 6. — R. Qui la fabrique ? Est-ce une "Eveready" ?

D. Je ne sais pas si c'est une Eveready ou une Columbia, mais il y en a de plusieurs marques et elles se vendent toutes à peu près le même prix. — R. Il y a des piles dont le prix n'est pas fixé. Pourrions-nous établir de quelle façon s'il s'agit d'une pile à prix fixé.

D. D'après le mémoire...

LE PRÉSIDENT : On a présenté deux mémoires à notre comité ; l'un de la Co-opérative de Terre-Neuve et l'autre du premier ministre de cette province. Je sais que vous êtes bien renseignés sur le rapport britannique, mais nous sommes en face d'une situation qui nous touche de plus près et au sujet de laquelle on a également fourni des données et des chiffres.

M. Carter :

D. A la lumière de ces faits ne diriez-vous pas que le consommateur avait bien raison de penser que quelqu'un majorait les prix un peu plus qu'il ne fallait ? — R. Il est incontestable que le prix est plus élevé qu'il l'était antérieurement, mais je ne saurais dire pourquoi. Il me semble qu'on ne devrait pas me poser la question, étant donné que je ne connais pas exactement quelle est la situation du point de vue juridique. Il se peut qu'il s'agisse d'une pile à prix effectivement fixé, mais il faut tenir compte des frais de transport et peut-être aussi de certains autres facteurs.

D. Je ne voudrais pas retarder les délibérations, mais toujours est-il que le prix à la livraison n'a augmenté que de 1¢ tandis que le prix au détail accuse une hausse de 20¢. — R. En combien de temps cette hausse s'est-elle produite ?

D. Aussitôt après l'adhésion à la Confédération ? — R. Quelle est la situation par rapport aux impôts ?

D. Ils étaient les mêmes dans chaque cas.

M. THATCHER : Et la taxe de vente ?

M. HEES : Et la taxe d'accise.

M. CARTER : Le coût de l'article rendu à Terre-Neuve comprend les taxes et tout. Cependant, je ne veux pas consacrer trop de temps à ce point car je désire passer à autre chose.

M. HEES : Restez-en à celui-ci.

M. CARTER : Monsieur Dunn, nous avons entendu des témoignages à propos des comprimés d'aspirine. Nous avons appris qu'on pouvait acheter à 19¢ des comprimés d'aspirine en tous points conformes aux règlements de l'État, qui contiennent tous les ingrédients chimiques nécessaires, et fabriqués selon la formule exacte des comprimés mis en vente par une autre société.

LE PRÉSIDENT : Le cent comprimés.

M. THATCHER : De quelle sorte d'article de quincaillerie s'agit-il ?

LE PRÉSIDENT : De la même sorte que celle dont le témoin a parlé il y a quelques instants.

M. Carter :

D. Mais le comprimé d'aspirine Bayer se vend 79¢. A la lumière de ces faits ne pensez-vous pas que le consommateur a raison de dire que d'aucuns établissent des prix trop élevés ? — R. M. Carter, d'après mon enquête, 24 comprimés d'aspirine Bayer se vendaient 39¢ en 1939 et 29¢ en 1951, soit une diminution de 25.6 p. 100.

D. Ce point là ne m'intéresse pas ? — R. Vous laissez entendre que les prix sont à la hausse.

UNE VOIX : C'est à cause de droits relatifs à la marque de commerce.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre. M. Carter a posé une question au sujet de témoignages rendus antérieurement par le professeur Fuller, le réprésentant des pharmaciens, dans lesquels il a dit que les comprimés d'aspirine Bayer se vendaient 79¢ le cent. Comme le Dr. Blair l'a fait remarquer, nous sommes le dernier pays où les Bayers jouissent d'un brevet. M. Fuller a reconnu, — il n'a pas dit dans n'importe quelle pharmacie, mais M. Preston a par la suite déclaré que dans 100 p. 100 des pharmacies on vendait à 19¢ un comprimé d'aspirine à prix non fixé qui se conformait en tous points à la loi des aliments. M. Carter demande . . .

M. THATCHER : Je pose une objection, monsieur le président, même si je m'expose à me faire rabrouer une fois de plus, car j'aimerais savoir comment le prix du comprimé d'aspirine se rapporte au prix des articles de quincaillerie ?

LE PRÉSIDENT : Je suis très heureux que vous ayez soulevé ce point, monsieur Thatcher, — c'est-à-dire comment se fait-il que l'avocat des quincailleries se mêle du commerce des produits pharmaceutiques. Il y est venu, en citant je crois, la Murray Company, et le témoin lui-même a soulevé la question des produits pharmaceutiques.

M. THATCHER : Deux noirs font-ils un blanc ?

M. CARTER : Soustraira-t-on cette interruption de mon temps de parole.

LE PRÉSIDENT : Non.

L'HON. M. GOLDING : N'a-t-on pas adopté une motion ici selon laquelle les membres du Comité ne doivent interroger un témoin qu'au sujet de son mémoire ?

LE PRÉSIDENT : Je suis très heureux, sénateur Golding, que vous ayez soulevé ce point également. Le mémoire préliminaire qu'on a présenté ici, un court mémoire de 28 pages, a été complété par un court exposé oral de deux heures au cours duquel l'avocat des quincailliers a soulevé la question de la fixation des prix de revente dans les pharmacies. C'est cet exposé qui fait maintenant l'objet de questions. M. Carter est un des rares membres du Comité du côté du Gouvernement qui figurent sur ma liste, puisqu'on parle si souvent du "Gouvernement". Or la liste se compose presque exclusivement de conservateurs, de cécéfistes et de créditistes, pourquoi quand M. Carter pose une question appropriée me demande-t-on "comment se fait-il qu'on parle des pharmacies".

Monsieur Golding, j'aurais été enchanté de vous voir signaler ce matin que le témoin n'était pas l'avocat des pharmaciens.

M. CROLL : Voulez-vous vous reporter au fascicule No 4 des délibérations du comité d'enquête sur les lois relatives aux coalitions.

LE PRÉSIDENT : Oui, vous y trouverez le témoignage de M. Fuller.

M. CROLL : Lisez-le, monsieur le président.

LE PRÉSIDENT : Il n'est pas nécessaire que je le lise, je crois. Je me contenterai de le passer à M. Dunn. D'aucuns pensent-ils que mon résumé des observations du professeur Fuller n'est pas exact. Il a comparu à titre de spécialiste pour le compte de la Canadian Pharmaceutical Association et on trouvera sa déposition dans ce fascicule. Comme le témoin a soulevé la question des produits pharmaceutiques, M. Carter a fondé sa question sur cette déclaration.

LE TÉMOIN : Je crois toujours, s'il est permis à un témoin de poser une objection . . .

LE PRÉSIDENT : Ce n'est pas permis.

M. THATCHER : Si.

LE PRÉSIDENT : C'est permis pour un membre du Comité, mais non pour un témoin.

LE TÉMOIN : J'avais commencé à répondre à une question et on devrait me permettre de la terminer. Si vous en décidez autrement je me conformerai à votre décision, mais on m'a posé une question au sujet du comprimé d'aspirine Bayer.

LE PRÉSIDENT : On vous a posé une question précise au sujet du comprimé d'aspirine Bayer.

LE TÉMOIN : Vous m'avez demandé si quelqu'un ne forçait pas les prix à grimper.

M. CARTER : Vous avez fait cette déclaration ce matin et j'ai cité ces deux cas afin de vous demander si le consommateur n'avait pas lieu de penser que d'aucuns faisaient monter les prix plus que de raison.

LE TÉMOIN : On trouvera la réponse dans le témoignage que j'ai rendu ; la fixation des prix engendre l'imitation des produits de marque. Je vous ai lu un passage de M. Nystrom selon lequel la fabrication d'un produit de marque favorise la fabrication d'articles comparables ne portant pas de marque.

M. Gorsline nous a parlé aujourd'hui d'une femme qui désire acheter une bouilloire. On pourra lui en offrir une portant un nom bien connu à $16.50

tandis qu'une autre ne portant pas de marque se vendra à $1 ou $1.50 moins cher. La femme achète la bouilloire à $16.50, — et c'est la le régime de la libre entreprise. Elle aurait pu acheter l'article moins cher qui ne portait pas de marque.

Si vous entrez dans une pharmacie pour acheter des comprimés d'aspirine ou des comprimés pour le mal de tête et que le pharmacien vous dise qu'il en a de marque Bayer, se vendant 29¢ la boîte de 24, de marque ASA, se vendant à un autre prix, et d'autres, de sa propre fabrication, qu'il peut vous vendre 10¢, acheterez-vous ceux qui se vendent 10¢ ? Vous avez le choix...

LE PRÉSIDENT : Un instant, vous avez posé une question à M. Carter.

M. CARTER : Ma réponse est..

M. THATCHER : "Oui" ou "non".

M. Carter :

D. Si le pharmacien m'assurait que les comprimés à 19¢ sont en tous points comparables à ceux qui se vendent 79¢, j'achèterais ceux qui se vendent 19¢. — R. Oui ; c'est cela la liberté d'entreprise. Vous avez le choix.

LE PRÉSIDENT : Voilà pourquoi nous avons des lois relatives à la pureté des aliments. Vous n'avez posé que deux questions, monsieur Carter. Vous pouvez en poser une autre, vu que d'autres membres ont pris baucoup de temps.

M. CARTER : Ce matin, le témoin a parlé du principe du contrôle social. Estime-t-il que ces deux exemples sont des exemples de contrôle social ?

LE TÉMOIN : A propos de l'exemple que je vous ai donné, quand vous entrez dans une pharmacie, vous décidez quel article vous voulez acheter.

L'HON. M. GARSON : Est-ce là le contrôle social ?

LE TÉMOIN : J'y arrive. Si quelqu'un cesse d'acheter des comprimés d'aspirine Bayer parce que d'autres se vendent à 10¢ et si un million d'autres clients comme lui, à la recherche d'une occasion, achètent de préférence les comprimés d'aspirine ne portant pas de marque de commerce et se vendant 10¢, la maison Bayer sera forcée d'abandonner les affaires.

M. CARTER : Comment puis-je choisir si l'autre produit n'est pas également en montre ? Lorsque le pharmacien met les deux produits en montre, je suis en mesure de faire un choix ; mais, si je ne sais rien de l'autre produit et qu'il ne m'en parle pas, comment puis-je choisir ?

M. HEES : Adressez-vous à un pharmacien qui renseigne les clients.

LE TÉMOIN : Monsieur Hees, s'il vous plaît...

LE PRÉSIDENT : Il me donne aussi du fil à retordre.

LE TÉMOIN : Alors, le président et moi avons quelque chose de plus en commun. D'après le rapport britannique, dont j'ai lu un extrait ce matin, le fabricant libre qui fait connaître une marque de fabrique a intérêt à maintenir la réputation de cette marque jusqu'à ce qu'elle parvienne à l'acheteur, et c'est un intérêt qu'il doit protéger.

La maison Bayer doit appliquer certains procédés de fabrication pour donner à ses comprimés la qualité voulue et des millions de gens, tant au Canada qu'aux États-Unis, achètent l'aspirine Bayer à prix plus élevé que

les comprimés ASA, par exemple, qui sont également bien connus au Canada. On peut voir ces produits l'un à côté de l'autre dans toute pharmacie.

LE TÉMOIN : J'ai encore mal à la tête.

LE PRÉSIDENT : Votre dernière question, monsieur Carter.

M. CARTER : Le témoin qui vous a précédé a dit, sauf erreur, que l'efficacité d'un commerce n'augmentait pas avec son importance.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre !

LE TÉMOIN : D'un commerce de détail ?

M. Carter :

D. L'efficacité d'un commerce de détail n'augmente pas avec son importance ? — R. C'est un fait, semble-t-il.

D. Il ne s'ensuit donc pas qu'une entreprise est d'autant plus efficace qu'elle est plus considérable ? — R. Les chiffres indiquent qu'elle est moins efficace.

D. Des témoins ont soutenu que l'abolition de la fixation des prix accorderait un avantage aux gros détaillants au détriment des petits marchands. Je crois aussi que certains membres du Comité craignent cette éventualité. — R. Ils auront un avantage, vu qu'ils auront des produits que les petits marchands n'auront pas et qu'ils ne pourront acheter à des prix de concurrence.

D. Vous avez cité le cas de la scie Beaver. Vous avez dit que si vous l'achetez au prix de $100 chez Eaton, $32 du montant que vous versez servent à l'acquittement des frais généraux et des frais d'exploitation d'Eaton. — R. C'est exact.

D. Peut-être pourriez-vous l'acheter à $100 chez un petit marchand indépendant et que $20 seulement de ce montant serviraient à l'acquittement des frais généraux. — R. C'est exact.

D. Ainsi, le petit marchand aurait sur Eaton un avantage de $12 ? — R. En ce qui concerne les frais d'exploitation seulement.

D. Oui. Une autre question, monsieur le président. Faut-il empêcher les petits marchands de faire bénéficier leurs clients de cet avantage, de ces $12 ?

LE PRÉSIDENT : Ce sera la dernière question de M. Carter. Vous pouvez prendre autant de temps que vous voudrez pour y répondre.

LE TÉMOIN : Il ne me faudra pas plus d'une heure pour y répondre.

Il ne peut en faire bénéficier ses clients parce que l'article lui coûte, — 27 de 35, — 8 p. 100 de plus qu'à Eaton. Les bénéfices s'équilibrent plus ou moins. Le gros magasin achète meilleur marché et touche un bénéfice brut plus considérable, mais ses frais d'exploitation sont plus élevés. En définitive, le bénéfice net du gros magasin s'établit à 2.7 p. 100.

M. CARTER : Je crois que nous pouvons abréger la discussion. Mettons que le petit marchand ait l'avantage. Faut-il l'empêcher d'en faire profiter le consommateur ?

LE TÉMOIN : C'est une question hypothétique. Il ne peut avoir l'avantage, parce qu'il ne peut disposer d'un pouvoir d'achat comparable. Le magasin à succursales obtient ces articles à un prix représentant 64.7 p. 100 du prix de détail, tandis que le petit marchand verse 73.9 p. 100, presque 74 p. 100.

LE PRÉSIDENT : M. Jutras.

M. JUTRAS : M. Carter a soulevé certains des points sur lesquels je me proposais d'interroger le témoin, mais j'aimerais revenir à la question du consommateur, comme M. Carter l'a fait. Ce matin, vous avez mentionné, — et j'ai trouvé le sujet intéressant, — que vous aviez effectué une enquête personnelle auprès des consommateurs, une sorte de sondage Gallup. Si je vous ai bien compris, vous avez déclaré que l'immense majorité des gens était contre la fixation des prix . . .

LE PRÉSIDENT : Non, non ; contre la mesure législative.

LE TÉMOIN : Je crains bien avoir induit le Comité en erreur à ce propos. Je ne veux pas vous laisser croire que j'ai fait une enquête approfondie. Le point que j'ai fait valoir, c'est que je me suis beaucoup intéressé à cette question au cours des deux dernières semaines. Lorsque je prends une tasse de café avec quelqu'un, je lui demande ce qu'il pense de la fixation des prix. Il me répond qu'il n'aime pas la fixation des prix.

On n'aime pas la fixation des prix, d'où qu'elle vienne. Il me faudrait alors lire le mémoire en entier à ces gens, prendre deux heures à leur expliquer la question sous tous ses aspects, avant qu'ils se fassent la moindre idée du contrôle social des prix et qu'ils comprennent ce régime de fixation des prix. C'est ainsi que M. Carter s'est dit disposé à acheter un succédané. Lorsqu'on explique tout cela à une personne d'intelligence moyenne, elle envisage la question sous un tout autre jour et avoue que la pratique lui semble bonne.

Le public n'est pas renseigné sur ce point ni ne le sera jamais, à mon sens. La question est trop technique. Que l'on songe à la difficulté que nous avons éprouvé ici.

M. Jutras :

D. Si l'on me permet d'intervenir, je ne reconnais pas tout à fait que l'opinion du public sur la question soit sans importance. — R. Je n'ai pas dit qu'elle était sans importance.

D. Vous dites que le public n'est pas renseigné. Il est vrai qu'il ne sait pas comment la fixation des prix s'effectue ni comment elle s'applique, qu'il ne connaît pas tous les détails, mais il est capable et fort bien en mesure de juger les effets de la pratique. Peut-être pourrions-nous et devrions-nous attacher un peu plus d'importance à ce sentiment.

Vous reconnaissez que, de façon générale, le public, c'est-à-dire le consommateur, n'est pas favorable à cette pratique de la fixation des prix. Il ne suffit pas d'écarter l'opinion du consommateur en disant qu'il n'est pas au courant. Je ne crois pas que ce soit tout à fait lui rendre justice.

Autre observation. Vous avez dit, ce matin, qu'il existait un complexe de trust aux États-Unis.

On pourrait peut-être dire qu'il existe chez nous un certain "complexe de spécialiste". C'est probablement une des choses qui inquiètent le consommateur.

Vous dites qu'il n'est pas au courant, mais il pense peut-être le contraire. Il croit peut-être qu'il est au courant. — R. Oh, il le croit d'ordinaire.

D. Il n'aime peut-être pas que le fabricant, le distributeur et le détaillant se posent en spécialistes qui ont à décider de la qualité des articles qu'il

achètera. Il sait ou il conclut qu'il n'a pas voix au chapitre. C'est un des points qui me tracassent un peu. — R. Puis-je répondre à cette question ?

R. Oui. — R. Le réponse est bien simple. Il achète simplement un autre article, comme M. Carter achète la poudre pour le mal de tête qui ne porte pas de marque de fabrique. La maison Bayer, finalement atteinte par la concurrence, doit ou bien abaisser ses prix ou bien cesser sa fabrication. Elle ne peut poursuivre son commerce, si elle ne réalise pas de bénéfice sur ses produits. Le grossiste et le détaillant doivent aussi vendre ces mêmes produits à bénéfice, sans quoi ils devront renoncer aux affaires. Prenons maintenant...

D. Monsieur Dunn, afin d'abréger la discussion... — R. Veuillez...

LE PRÉSIDENT : En toute justice...

LE TÉMOIN : Vous m'avez posé une question.

LE PRÉSIDENT : Quand un membre du Comité est satisfait d'une réponse, je crois qu'il devrait avoir l'occasion de poser une ou deux questions.

LE TÉMOIN : Je veux simplement dire que le consommateur a idée que le prix est fixé à huis clos entre le fabricant, le distributeur et le détaillant. C'est fort bien, il n'achète pas l'article et la vente en souffre ; c'est là qu'intervient le contrôle social des prix. Comme je vous l'ai lu plus tôt cet après-midi et comme je l'ai dit à M. Carter, l'uniformisation de la qualité et des prix engendre la concurrence. Voilà pourquoi vous pouvez vous rendre chez Simpson et y acheter un réfrigérateur électrique Frigidaire, ou un appareil qui se nomme Suprême ou autrement et dont personne ne connaît le fabricant. Après avoir examiné les deux, vous optez pour le meilleur marché. La concurrence joue ici contre le produit de marque Frigidaire, annoncé dans tout le Canada. C'est là que la concurrence entre en jeu. Je ne veux pas abréger votre temps de parole, monsieur Jutras ; mais, à propos de l'opinion du consommateur sur cette question, je veux vous lire ce que le comité anglais...

LE PRÉSIDENT : Monsieur le témoin, nous avons dans nos dossiers des mémoires de l'Association canadienne des consommateurs, des quatre grands syndicats ouvriers du Canada et de la Fédération canadienne des agriculteurs. Nous connaissons donc l'avis du consommateur canadien et il est inutile de dire ce que le consommateur anglais pensait de cette pratique en 1948. Si vous voulez lire le mémoire de l'Association canadienne des consommateurs, nous serons heureux de connaître vos vues à ce propos.

LE TÉMOIN : Cela se rattache à la question de savoir si le public est bien renseigné.

L'HON. M. GARSON : Pourquoi ? Notre comité se compose-t-il de faibles d'esprit, au point qu'on doive venir de Toronto pour nous exposer l'opinion des consommateurs anglais ou nous expliquer le sens du rapport anglais ? Nous avons tout cela sous les yeux, exprimé en des termes bien simples, et nous pouvons le lire nous-mêmes.

LE TÉMOIN : Si j'attache tant d'importance à ce rapport anglais, c'est qu'il n'en est pas question dans le rapport du comité MacQuarrie, à l'exception de quelques lignes se rattachant au mandat. J'estime le document important et je demande au Comité de l'examiner. Quand on me demande ce que pense le consommateur, je trouve qu'il est pertinent et instructif d'exposer l'avis du consommateur anglais.

LE PRÉSIDENT : Il est beaucoup plus important d'apprendre ce que pense le consommateur canadien.

M. FULTON : M. Jutras a demandé au témoin quel est le sentiment du consommateur. En toute justice, il faut reconnaître que la réponse du témoin découlait de la question de M. Jutras qui l'avait interrogé. Nous ne sommes pas tenu d'accepter sa réponse, mais nous ne pouvons lui refuser le droit de répondre.

M. JUTRAS : J'invoque le Règlement. Nous avions cessé de traiter cette première question et nous avions abordé un autre point lorsque le témoin a commencé à parler du présent sujet.

M. FULTON : Je m'excuse ; je dois vous avoir mal compris, vous aussi

M. JUTRAS : Cependant, je n'ai pas d'objection si vous voulez évoquer tous les pays les uns après les autres pour nous faire connaître les sentiments des consommateurs. Mais le point que j'ai fait valoir, c'est que le consommateur estime que la fixation des prix gêne les moyens qu'il a d'exprimer ses désirs au fabricant, au détaillant et au distributeur. Vous avez répondu partiellement à la question en disant que la concurrence existe toujours. Je ne reconnais pas tout à fait avec vous qu'il y a concurrence intégrale. Vous serez évidemment d'avis, comme moi, que la concurrence est limitée sous le régime de la fixation des prix de revente. Qu'il me soit permis de citer un exemple. Je reviens au consommateur . . .

LE PRÉSIDENT : L'hypothèse n'est pas plus déraisonnable que celle que M. Hees a faite dans sa déclaration.

M. HEES : Personne n'y trouve à redire.

LE PRÉSIDENT : Mais je lis sur vos visages.

M. JUTRAS : Revenons à un cas concret qu'on a soulevé ici hier. Vous savez parfaitement, — c'est une la palissade, — que les consommateurs, en général, aiment profiter des occasions. Ils craignent peut-être que ces occasions ne viennent à disparaître, si la pratique de la fixation des prix se généralise de plus en plus. Vous direz, je le sais, qu'il y aura plus de concurrence entre fabricants ; tout de même, ces occasions se feront beaucoup plus rares, si la pratique tend à se généraliser. Laissez-moi finir ma question. Ce point m'amène à la déclaration de M. MacGregor, déclaration que vous avez mise en doute ce matin, à savoir que l'expansion de la pratique au pays est alarmante. Si des gens sont alarmés, ce sont bien les consommateurs.

LE TÉMOIN : La question devient de plus en plus longue. Je ne sais guère par où commencer.

M. CARROLL : M. Jutras a d'abord exprimé sa propre opinion. Il vous demande si cette opinion est exacte. Voilà, je crois la question.

LE TÉMOIN : Selon vous, le consommateur estime que la fixation des prix ne lui est pas avantageuse.

M. Jutras :

D. Le consommateur estime que cette pratique réduira de plus en plus son influence quant à la détermination de la qualité, du genre et du prix de l'article qu'il veut. — R. Les prix actuels nous fournissent une réponse à cette question. Je connais seulement quelques articles à prix imposé qui ont haussé autant que d'autres articles du même genre. Comme le dit M. Garson, c'est le marchand qui prend à son compte les frais de transport dans les endroits éloignés. Mais le point capital à retenir, c'est que nul article ne peut demeurer

bien longtemps sur le marché à moins que tous les intermédiaires s'occupant de la distribution ne réalisent un bénéfice suffisant pour rester dans les affaires. J'avoue que nous aimons tous les occasions.

D. Me permettez-vous une remarque ? Je suis d'accord avec vous pour dire que l'article ne peut pas rester longtemps sur le marché dans de telles conditions, mais j'affirme qu'il y restera beaucoup plus longtemps sous le régime de la fixation des prix. C'est là le point. — R. Je ne puis partager votre avis. Ce n'est pas ce que je pense.

LE PRÉSIDENT : Merci, monsieur Jutras. A vous, monsieur Fulton.

M. Fulton :

D. Monsieur Dunn, à la page 31 de votre mémoire, vous dites que les détaillants indépendants d'articles de quincaillerie ne sont pas sur le même pied que les magasins à succursales et les grands magasins, quand il s'agit d'obtenir leur part du commerce de détail au Canada. Vous nous reportez ensuite au tableau No 2, où une comparaison des bénéfices bruts démontre que les magasins à succursales et les grands magasins ont, dans l'achat en grande quantité, une arme puissante pour concurrencer les marchands indépendants.

Je crois que vous vous êtes fait accompagner d'un témoin qui a étudié spécialement cette question. Ce témoin est-il là pour vous aider ? — R. Oui, je demanderais à M. Hougham de répondre à la question.

LE PRÉSIDENT : A l'ordre ! messieurs. Monsieur Dunn, voudriez-vous présenter M. Hougham ?

LE TÉMOIN : Je vous présente M. George Hougham, qui nous accompagne à titre d'expert conseil de l'Association. M. Hougham a acquis, je crois, environ 37 ans d'expérience pratique dans le domaine de la vente au Canada. Il a été étroitement associé, à titre de spécialiste, à la Fédération canadienne des détaillants et à l'Association des marchands détaillants. M. Hougham, maintenant à sa retraite, agit de temps à autre à titre de conseiller technique de l'Association des marchands détaillants. Ce sujet nous intéresse tellement que nous avons pensé que son expérience nous serait profitable. Peut-être M. Fulton pourrait-il poser sa question maintenant. On voudra bien permettre à M. Hougham de rester assis.

M. George Hougham, de New-Westminster (C.-B.), expert conseil de l'Ontario Retail Hardware Association, est appelé :

M. Fulton :

D. J'ai mentionné un passage de la page 31, où il est question des magasins à succursales et des grands magasins. Pouvez-vous développer l'idée énoncée à la page 31 et nous dire si, à votre avis, la suppression de la fixation des prix serait, comme on l'a soutenu, avantageuse surtout aux grands magasins ? Quelle est la situation à ce propos ? — R. Monsieur le président et messieurs, je crois sincèrement qu'elle améliorerait leur capacité de concurrence.

D. Monsieur Hougham, pouvez-vous nous dire avec une certaine exactitude, d'après vos notes ou en consultant votre mémoire, quelle a été la tendance quant à la proportion du commerce effectué par les magasins à succursales et les grands magasins au Canada et aux États-Unis ? Que révèle la comparaison générale entre la proportion du commerce effectué par les importants magasins à succursales et les grands magasins ici et là-bas ? — R. Il se peut

que mes chiffres ne s'appliquent guère à l'heure actuelle, mais ils sont révélateurs. Si vous consultez, comme certains d'entre vous ont dû le faire à l'occasion, le rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix, qui a siégé de 1934 à 1935, vous lirez à la page 225, si j'ai bonne mémoire, dans le chapitre relatif à la distribution, une déclaration générale selon laquelle, — d'ordinaire je pouvais citer cet extrait avec plus de facilité qu'aujourd'hui, car je m'occupais alors de la question, — vous y lirez, dis-je, sous bénéfice d'inventaire, une déclaration selon laquelle la concentration du pouvoir économique, dans le domaine de la distribution, est plus grande au Canada qu'en tout autre pays à l'égard desquels nous possédons des chiffres. Autant qu'il m'en souvienne, les commissaires ont déclaré dans leur rapport, à titre de comparaison entre les deux pays, qu'environ 34 grands magasins des États-Unis, — je reconnais que cela remonte déjà assez loin, — faisaient à peu près 17 p. 100 de tout le commerce des grands magasins de là-bas, tandis que, dans notre pays, trois grands magasins faisaient 80 p. 100 de tout le commerce des grands magasins et qu'un de ces trois magasins obtenait environ 7 p. 100 de tout le commerce canadien. Que ces chiffres soient exacts en fonction du volume actuel...

L'HON. M. GARSON : Vous voulez dire qu'un magasin obtenait 70 p. 100, non pas 7 p. 100.

LE TÉMOIN : Non, 7 p. 100 de tout le commerce au pays.

M. Fulton :

D. Autrement dit, trois magasins ont fait 80 p. 100 de toutes les affaires de ce genre de magasins, mais l'un d'eux a fait 7 p. 100 de tout le commerce de détail au pays. Est-ce exact ? — R. Je crois que c'est exact, mais on pourra vérifier dans le rapport si je fais erreur.

D. La société en cause est-elle nommée ? — R. Oui, il s'agit de la *T. Eaton Company*.

D. Savez-vous si cette société a acquis, depuis, d'autres commerces importants de vente au détail ? — R. Elle en a acquis d'autres.

D. Où ? — R. A Vancouver, par exemple, où elle a pris la direction des magasins David Spencer.

D. Elle a, n'est-ce pas, pris à son compte tous les magasins *David Spencer Limited* établis en Colombie-Britannique ? — R. En effet.

D. Vous n'êtes pas sans savoir que la *T. Eaton Company* a indiqué au Comité qu'elle s'oppose à la pratique de la fixation des prix de revente ? — R. Je le sais.

D. Et vous avez déjà dit, je crois, qu'à votre avis la suppression de cette pratique tendrait à favoriser surtout les grands magasins ? — R. Je crois que telle serait la tendance inévitable.

D. Voyez-vous un rapport entre ces deux faits : l'attitude de la *T. Eaton Company* et l'avis que vous venez d'exprimer ? — R. Je ne voudrais pas imputer des motifs ni faire des déductions générales, — je ne crois pas que ce soit amusant, monsieur le président...

LE PRÉSIDENT : Non, ce n'est certes pas amusant. C'est si extraordinaire que nous vous sommes reconnaissants de formuler de si franches observations.

LE TÉMOIN : Mais je crois, — je sais que je ne devrais pas parler au nom de la *T. Eaton Company*, — que la raison pour laquelle cette maison prend cette attitude, c'est peut-être qu'elle ne veut recevoir de directives de per-

sonne; c'est son attitude traditionnelle. A mon sens, elle estime qu'elle peut diriger ses propres affaires elle-même et veut jouir de la plus grande liberté d'action. Je ne veux lui imputer aucun motif qu'elle répudierait peut-être, mais une des raisons qu'elle a de s'opposer à la fixation des prix de revente, c'est que cette méthode n'est pas efficace qu'elle n'est pas complètement efficace. En d'autres termes, afin de se protéger contre la concurrence des prix, il lui faudrait, et elle le fait, employer un effectif considérable d'acheteurs qui surveilleraient les rivaux pour bien se rendre compte que les prix des concurrents sont comparables aux siens. C'est pourquoi elle ne veut pas d'un contrat qui la lie, mais qui ne lie pas efficacement ses concurrents. C'est la conclusion que je tire.

M. Fulton :

D. Nous avons entendu parler de votre longue expérience dans ce domaine, monsieur Hougham. Avez-vous des observations à faire sur les effets probables qu'aurait sur les prix le maintien ou la suppresion du régime actuel de la fixation des prix ? Autrement dit, si la mesure législative est adoptée et appliquée, quels en seront les effets probables sur le coût de la vie et les prix en général ? — R. Vu que notre situation économique actuelle est assez prospère, si l'on peut s'exprimer ainsi, j'imagine que la mesure n'aurait pas d'effet immédiatement perceptible. C'est sans doute ce qui se produira. Mais, si, par malheur, nous revenions à un état de choses ressemblant à celui qui existait au cours des sombres années 30, je crains que la mesure n'ait alors des effets démoralisants. Si je puis exprimer une opinion, — ce n'est qu'une opinion, — je crois que nous pourrions avoir à déplorer, en pareil cas, la conséquence que je vais exposer. Voici. On fait souvent état, — ici et dans les journaux, — de la concurrence entre les très gros établissements et mes amis les détaillants indépendants (je les qualifie ainsi parce qu'ils ont effectivement été mes amis pendant de nombreuses années). Nous oublions qu'en période de fléchissement du pouvoir d'achat les marchands livrent une concurrence acharnée afin de réaliser un certain volume de ventes. Les grands établissements commerciaux engagent la lutte, non avec le sinistre dessein de supprimer les détaillants indépendants, mais pour maintenir le volume de leurs ventes, comme les y obligent leurs frais généraux énormes. Qu'arrive-t-il alors ? Nous savons ce qui est arrivé par le passé. La même chose peut se répéter dans le commerce de détail, surtout dans notre pays. Lorsque les géants rivalisent entre eux, les petits marchands se font piétiner parce qu'ils sont dans leur chemin. En outre, une fusion peut fort bien résulter d'une telle situation, et la fusion conduit aux coalitions. Je ne cherche pas à vous représenter une situation fantastique, bizarre, si j'ajoute que les coalitions aboutissent à l'expropriation par l'État ; à l'époque que nous traversons, cette perspective n'est pas tirée par les cheveux.

D. Ai-je raison de dire que vous avez été intimement associé à l'enquête Stevens ? — R. Le mot "intimement" n'est pas assez fort.

D. Ai-je raison de dire que la situation même sur laquelle la commission Stevens s'est penchée et qu'elle a mise à jour a provoqué la généralisation de la pratique de la fixation du prix de revente à titre de mesure de protection ? — R. Oui, je crois que c'est exact.

M. Dunn : J'ai l'impression de ne pas avoir été très utile à M. Jutras. Je me demande si M. Hougham pourrait exprimer une opinion sur le problème que M. Jutras a soulevé.

M. Croll : Dites-moi donc de quel problème il s'agit.

M. DUNN : Autant qu'il m'en souvienne, le problème se ramène à ceci : le consommateur est d'avis que le produit ou le groupe de produits à prix imposé lui est vendu plus cher, parce qu'il ne peut agir sur le prix de ces produits.

M. JUTRAS : Ce n'est pas tout à fait cela. Il ne s'agit pas seulement de la question des prix. J'ai dit de façon générale que le consommateur est d'avis qu'il aurait moins de pouvoir, non seulement sur les prix, mais en ce qui concerne la qualité et le genre de produits qu'il aimerait obtenir. J'ai mentionné que la pratique de la fixation du prix de revente a amoindri la concurrence. Mon ami M. Hees n'était pas de cet avis, ni vous non plus. Je soutiens qu'en régime de prix libres, la concurrence existe entre fabricants d'abord, puis entre détaillants, du fait de la marge de bénéfice accordée à ces derniers. Je reconnais qu'il y a encore concurrence entre fabricants, mais j'affirme que la concurrence disparaît largement au niveau inférieur. — R. Je regrette de trouver la question un peu obscure et, si je n'y réponds pas, ce n'est pas en vue de l'éluder. Lorsque j'étudie le principe de la fixation du prix de revente, je ne l'envisage pas exactement de la manière dont certains autres en parlent. Je l'envisage en fonction de la stabilisation des prix. Un examen superficiel de cette pratique peut porter à croire qu'elle tend à protéger seulement un secteur de l'économie, mais j'estime qu'elle est de nature à stabiliser l'ensemble de l'économie. Je ne veux exposer mes vues sur la question que dans la mesure où mon opinion peut être utile. J'ai écouté mon bon ami M. Fred McGregor, pour lequel j'ai le plus grand respect. Il a exposé les vues des tenants du laissez-faire, de la liberté économique. Pour eux, la fixation du prix de revente entrave le progrès. Il a peut-être raison. Peut-être en est-il ainsi. Mais, messieurs, que la situation nous plaise ou non, qu'elle soit conforme ou non à nos idées politiques, le fait reste que ce régime économique a fait place à celui de l'économie dirigée. Je ne préconise pas l'économie dirigée : j'examine les faits. Elle se manifeste dans le domaine des denrées comestibles, où il existe différentes lois sur l'organisation du marché. Pour être facétieux, je pourrais dire qu'il y a le lait Kennedy à 24¢. Je ne veux manquer de respect à personne ; mais, à mon sens, les signes ne manquent pas qui indiquent que nous avons adopté la planification économique, non à titre provisoire, mais de façon permanente. L'établissement d'un prix minimum de vente sur les produits de base est considéré comme étant judicieux, mais on ne voit plus les choses du même oeil quand c'est le fabricant qui fixe un prix minimum sur ses produits. Cela ne me semble pas très juste.

M. CROLL : Confondez-vous le producteur avec le fabricant ?

LE TÉMOIN : Je les place dans des catégories comparables. Vous pouvez différer d'opinion, mais c'est ainsi que je vois les choses.

M. Jutras :

D. N'en concluez-vous pas que cela conduit à l'établissement de lois du loyal commerce plutôt qu'à un régime de prix imposés par le fabricant ? — R. C'est possible. Ici, je prie instamment le Comité et le Gouvernement de ne pas se montrer plus zélés que prudents. Si le Gouvernement est résolu à interdire cette façon de procéder, qu'il assure à ces gens une certaine protection contre la chose qu'ils appréhendent le plus. Il doit prendre des mesures dans les deux sens.

M. Croll :

D. Voulez-vous finir de répondre à la question ? Si nous sommes résolus d'adopter la mesure législative, que devrions-nous faire en outre, selon vous ?

— R. Monsieur le président, si je pouvais répondre complètement à cette question, je ne serais probablement pas ici. Je vais tâcher d'y répondre franchement, mais je ne sais pas si la proposition que je vais exposer est d'ordre pratique. Ne pourrait-on pas insérer dans la loi des enquêtes sur les coalitions ou, au besoin, dans une loi de complément une disposition qui permettrait au fabricant de prendre toute mesure qu'il jugerait appropriée, — et il faudrait fixer des limites dans la loi, — s'il constatait que des marchands font constamment de son produit ce qu'on appelle un article sacrifié. Je m'empresse de reconnaître qu'il est difficile de définir l'article sacrifié, mais nos législateurs sont certes assez sages pour résoudre le problème.

M. CROLL : J'aimerais poser quelques questions à M. Dunn.

M. Normand A. Dunn, avocat de l'Ontario Retail Hardware Association, est rappelé :

M. Croll :

D. Monsieur Dunn, lorsque vous avez mentionné la loi de la Californie, de quelle loi vouliez-vous parler ? — R. De la loi du loyal commerce.

D. Est-ce la loi du loyal commerce ou la loi du commerce déloyal ?

L'HON. M. GARSON : C'est la loi du loyal commerce.

LE TÉMOIN : Il y a, dans certains États, des lois qu'on appelle lois concernant les pratiques déloyales, mais, je dois l'avouer, je n'ai pas une connaissance approfondie de ces lois américaines. Elles diffèrent des lois dites du loyal commerce. Dans un sens, elles ont trait à un certain genre de produits et vont beaucoup plus loin que l'article 498 (*a*) de notre Code criminel. Elles visent des pratiques, jugées déloyales, mises en oeuvre pour éliminer la concurrence.

M. Croll :

D. Elles visent les pratiques auxquelles recourent les grands magasins et dont M. Hougham a parlé ? — R. Je le crois.

D. Vous nous avez dit que vous avez consacré une dizaine de jours à une étude approfondie de la question de la fixation des prix. — R. J'ai préparé un mémoire.

D. Aviez-vous étudié la question auparavant ? — R. Non, pas à titre d'avocat. Je m'en occupe depuis un mois.

D. Vous avez fait une sorte de sondage Dunn, vous avez interrogé des gens. Je ne dirai pas que vous les avez importunés, mais vous leur avez demandé leur avis et ils vous ont dit qu'ils s'opposaient à la fixation des prix. — R. C'est ce qu'ils ont dit au début.

D. Et vous les avez réduits au silence ? — R. Non, je n'en ai pas eu le temps.

D. Vous avez rencontré les mêmes gens que moi. Connaissez-vous M. le juge MacQuarrie ? — R. Non, pas personnellement ; mais je connais ses vues.

D. Vous savez qui est M. MacIntosh ? — R. Certes, c'est lui qui a mis fin à la grève des chemins de fer.

D. Vous avez entendu parler de l'autre monsieur, M. Curtis ? — R. Oui.

D. Et de M. Maurice Lamontagne ? — R. Je ne le connais que de nom.

D. Ils ont consacré dix-huit mois à l'étude de cette question. — R. Je ne le savais pas.

D. C'est la vérité. Ils ont étudié la question pendant dix-huit mois. Leurs conclusions sont fondées sur cette étude. Prétendez-vous opposer vos conclusions aux leurs ? — R. La réponse à cette question se trouve dans les observations que j'ai faites ce matin. Une de leurs conclusions à laquelle je trouve beaucoup à redire, sauf tout le respect que je leur dois, paraît à la page 20, où ils déclarent que le niveau général des prix est plus haut qu'il ne le serait si la concurrence jouait. Ils s'appuient sur les cinq premières conclusions de la Commission fédérale du commerce des États-Unis et laissent de côté la sixième, dont je vous ai donné lecture ce matin. Je crois que vous étiez las de m'entendre alors, mais je vous ai lu, ce matin, cette conclusion de la Commission fédérale du commerce. Cet organisme a constaté que, lorsque la fixation des prix a commencé, on a eu tendance à les établir aux niveaux qui avaient cours chez les gros distributeurs. Le rapport MacQuarrie, après avoir cité cinq conclusions mais omis la sixième, déclare que, à la lumière de ce témoignage et des informations courantes fournies au comité, il semble évident que le niveau général des prix est plus haut sous un régime de prix imposés qu'il ne le serait sous celui de la concurrence. J'affirme que cette déduction n'est pas conforme aux faits que j'ai pu constater, qu'elle est vicieuse, parce qu'on a omis la sixième conclusion.

D. Vous avez pu faire cette constatation en quatre semaines d'étude intense, tandis qu'ils ont passé dix-huit mois à examiner toute la documentation existante ? — R. En toute déférence, monsieur, c'est supposer vrai ce qui est en question. Le comité MacQuarrie a laissé de côté une des conclusions que j'ai trouvées ; il a omis une conclusion qui ne corroborait pas son affirmation.

M. MacInnis :

D. Je cherche à découvrir le principe à la base de la fixation des prix. — R. Vous voulez parler de l'objet de la fixation du prix de revente, monsieur MacInnis ?

D. Oui. — R. Je tâcherai d'être aussi bref que possible. Y a-t-il d'autres questions plus courtes que vous pourriez me poser maintenant ?

D. En réponse à une question qu'on vous a posée, vous avez dit que le premier résultat de la mesure, si elle était adoptée, serait la hausse des articles à prix imposé. — R. Oui.

D. C'est votre avis ? — R. Oui.

D. Si le prix de ces articles montait, vos bénéfices n'augmenteraient-ils pas également ? — R. Ce qui arriverait immédiatement, c'est que M. Gorsline ajouterait au prix de la marchandise les frais de transport. En outre, à propos des ampoules électriques, sur lesquelles il n'obtient que 25 p. 100, il dira : "Je crois qu'il me faut réaliser 33⅓ p. 100, si je veux maintenir un peu d'équilibre et de stabilité dans mon commerce".

D. Si vous pouviez accroître la majoration dans le cas des ampoules électriques, votre bénéfice augmenterait ? — R. Oui.

D. Si c'est ce qui doit en résulter, comment se fait-il que des marchands devront abandonner les affaires ? — R. Jusque-là, comme M. Hougham nous l'a dit, la mesure n'aurait guère d'effet ; mais c'est alors qu'on serait témoin de ce qui s'est passé aux États-Unis. Un marchand monte son prix et, une

semaine plus tard, un magasin à succursales ou un autre gros établissement abaisse le prix des ampoules électriques de 50¢ à 39¢. Qu'arrive-t-il au commerce des ampoules électriques ? Il cesse tout simplement. Les gens, avec leur prudence habituelle, achèteront au magasin qui vend le meilleur marché. Les marchandises prennent la direction des gros magasins et les petits magasins finissent par manquer d'argent, car ils ne réalisent plus de bénéfices.

D. Ne vous est-il pas facile maintenant de nous dire quel est l'objet de la fixation des prix ? — R. Oui, c'est facile.

D. N'a-t-elle pas pour objet d'éliminer la concurrence ? Puis-je vous lire un extrait du rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix ? Voici :

> La fixation des prix de revente, comme d'autres pratiques restrictives, offre au fabricant et au distributeur un moyen qui leur apparaît comme un heureux adoucissement à la lutte perpétuelle contre les durs correctifs du régime du marché libre.

Est-ce votre avis ? — R. Oui, je vous ai dit en quoi avait consisté ce dur correctif. Le correctif a été dur lorsque la montre Ingersoll a disparu du marché. Cette disparition est attribuable à ce que vous aimez appeler la libre entreprise, la liberté commerciale. Dans bien des cas, ce peut être le résultat d'une concurrence impitoyable, sans merci, qui finit par être ruineuse pour le produit et préjudiciable au public. Vous le voyez, c'est une question de mots.

LE PRÉSIDENT : En effet.

M. MacInnis :

D. Je veux mettre les choses au point. Je ne préconise pas la libre entreprise. Vous êtes défenseur de la libre entreprise. Tout ce que j'attends de vous, c'est que vous pratiquiez la liberté d'entreprise. Saisissez-vous le point ?

Je vais maintenant parler de ce qu'on trouve à la page 21 de votre mémoire. Vou y avez cité un passage du rapport du comité britannique Lloyd Jacob ? — R. Oui, à propos des majorations.

D. Vous l'avez cité parce que vous approuvez les idées qui y sont exposées ? — R. Je l'ai cité pour être juste car, comme j'étudie la question des majorations j'ai cru bon que le Comité en prenne connaissance.

D. Je le crois aussi. On a beaucoup insisté au sein du Comité pour que nous nous procurions des données relatives aux majorations applicables aux articles dont le prix est fixé et à ceux dont le prix n'est pas fixé. Permettez-moi de citer un extrait de la page 21 du rapport du comité Lloyd Jacob. — R. La page 21 de mon mémoire ?

D. Oui.

> Dans l'ensemble, les marges de bénéfices à l'égard des produits assujettis à la fixation des prix semblent moins fortes que celles qui s'appliquent aux produits dont les prix ne sont pas imposés. Toutefois, les circonstances peuvent varier avec les produits et les genres de commerce. Que les marges, pour les produits d'appellation soumis à la fixation des prix, surtout s'il s'agit d'articles bien connus, soient généralement inférieures, cela ne nous paraît pas d'une bien grande importance. Au contraire, l'opposé nous aurait étonnés, attendu que la vente des produits de cette catégorie n'exige pas ordonnairement des efforts

aussi soutenus que celle des produits sans marque de fabrique. Il n'y a donc pas lieu de comparer les deux genres de commerce.
— R. J'ai lu cela ce matin.

D. Partagez-vous cette opinion ? — R. Dans l'ensemble, oui.

D. Alors, selon vous, la connaissance des majorations appliquées aux articles à prix fixés et à prix non fixés ne peut en rien aider le Comité à se former une opinion ? — R. Cela lui permettrait de savoir quelles sont les majorations les plus importantes.

D. Mais il est dit expressément, dans le paragraphe que vous venez de lire, qu'aucune comparaison n'est possible. N'est-ce pas ce que dit le paragraphe ? — R. Il y a bien des années, monsieur MacInnis, j'ai appris qu'il est extrêmement dangereux pour l'orateur et pour tous ceux qui l'écoutent de sortir une phrase de son contexte et de dire : "C'est cela".

M. HEES : Bravo !

M. MACINNIS : Un instant, je vous prie.

LE TÉMOIN : Vous m'avez posé une question. Ayez l'amabilité de me permettre d'y répondre.

M. MACINNIS : Vous m'accusez d'avoir sorti cette phrase de son contexte.

M. FULTON : Il n'a pas fait cela.

M. CROLL : Si, il l'a fait.

M. MACINNIS : J'ai pris votre mémoire . . .

LE TÉMOIN : Vous citez une seule phrase et partant de là vous dites qu'il n'est pas possible de comparer les deux types de commerces. Vous en déduisez que les chiffres sont inutiles.

L'HON. M. GARSON : Les chiffres relatifs à ces éléments.

LE TÉMOIN : Les chiffres applicables aux articles à prix fixés comparés aux chiffres applicables aux autres articles.

M. MACINNIS : Oui.

LE TÉMOIN : J'ai montré comment cette sitation cadrait avec le reste de cet intéressant rapport ; vous verrez que le Comité a compris pourquoi les majorations sont moins importantes pour les articles ayant une marque de fabrique. Il s'entretient avec les consommateurs du fait que ces derniers aiment à se procurer des articles de marque connue car ils peuvent les acheter rapidement et se décider sans hésiter. Il y a lieu d'envisager la question dans son ensemble.

M. CROLL : Ce n'est pas ce que vous avez fait. Vous avez fait une citation et vous vous êtes arrêté ; puis vous êtes parti sur une nouvelle idée.

LE TÉMOIN : Monsieur Croll, j'ai dit ce matin, également lorsque vous étiez sorti . . .

M. CROLL : J'étais sorti.

LE TÉMOIN : J'ai recommandé à tous les membres du Comité d'étudier le rapport du comité Lloyd Jacob, de la première à la dernière page ; il y en a 122 en tout. Il m'était impossible de citer les 122 pages du rapport. Dans le

dessein d'en faire un exposé intelligent je me suis efforcé, avec une certaine logique, d'en citer les passages ayant un rapport avec les questions à l'étude. Ce faisant, je me suis efforcé d'être aussi juste que possible.

M. MACINNIS : Si une citation a été extraite de son contexte c'est vous qui l'avez extraite car je cite ce qui figure dans votre mémoire. Je parle de la conclusion générale qui figure dans le texte cité. Permettez moi de lire à nouveau la dernière partie :

> Que les marges, pour les produits d'appellation soumis à la fixation des prix, surtout s'il s'agit d'articles bien connus, soient généralement inférieures, cela ne nous paraît pas d'une bien grande importance. Au contraire, l'opposé nous aurait étonnés, attendu que la vente des produits de cette catégorie n'exige pas ordinairement des efforts aussi soutenus que celle des produits sans manque de fabrique. Il n'y a donc . . .

Ceci n'est pas pris en plein coeur du texte. C'est la conclusion, le résumé de ce que ces gens là avaient à dire "— Il n'y a donc pas lieu de comparer les deux genres de commerce".

Il s'agit dans un cas d'un commerce protégé et dans l'autre d'un commerce ouvert à la concurrence.

LE TÉMOIN : Je ne leur fais pas dire qu'il serait illogique de comparer les deux catégories. On dit que, lorsque la vente a lieu, les choses ne se passent pas de la même façon. Quand M. Carter achète de l'aspirine Bayer il achète quelque chose qu'il connaît. Il en entend parler depuis vingt ans et s'en procure sans hésiter. D'autre part, avant d'acheter de l'aspirine à 10 cents, il va lui falloir bien des renseignements ; est-ce que ce produit ne comporte aucun danger, est-ce qu'il sera aussi efficace ? C'est pourquoi ces gens-là disent qu'il n'y a pas de comparaison possible car ce sont deux genres de commerces différents.

C'est là une des faiblesses du rapport McQuarrie; il n'a pas limité la fixation des prix aux articles ayant une marque de commerce. J'insiste là-dessus ce matin. Sa définition de la fixation des prix ne précise pas que ce procédé ne s'applique qu'aux produits ayant une marque de commerce.

Monsieur MacInnis, lorsqu'on parle d'articles de marque connue, comme dans le passage que vous avez lu deux fois et que j'ai lu une fois ce matin, il s'agit d'un type de vente absolument différent. Le client sait, avant d'entrer dans la boutique, qu'il veut un mélangeur "Mixmaster". C'est bien facile de vendre dans ces conditions. Il suffit d'avoir l'article pour le vendre. Je ne suis pas un expert en questions économiques, comme l'a dit le Président — et c'est un autre point à propos duquel je partage l'opinion du Président.

LE PRÉSIDENT : Je ne me souviens pas avoir dit cela, mais quelqu'un l'a dit.

LE TÉMOIN : Je croyais que vous l'aviez dit, monsieur le Président, mais quelqu'un l'a dit.

Il n'en est pas moins vrai que lorsque vous allez acheter un article de marque connue il est bien facile de vous le vendre. Par contre lorsqu'il s'agit de vendre à un client un article qui n'a pas de marque de commerce connue, il est nécessaire de lui en démontrer la valeur; il faut lui en faire connaître les caractéristiques, il faut lui dire qui l'a fabriqué, qui doit l'entretenir et qui en garantit la qualité. Cela, naturellement, ne s'applique pas aux articles de marque connue. C'est pourquoi les rédacteurs du rapport Lloyd Jacob ont écrit, — et je les approuve de plus en plus, — qu'il n'y a pas lieu de com-

parer ces deux catégories de commerce. L'une concerne des articles de marque que l'acheteur connaît fort bien avant d'entrer dans la boutique et l'autre, des articles inconnus qui doivent être vendus aux clients. Il n'y a pas de comparaison. Il est intéressant de noter, cependant, que depuis 1939 l'augmentation des articles de marque n'a pas atteint la moitié de celle de l'indice général du coût des denrées. Quant aux articles dont les prix ne sont pas fixés et qui demandent un plus grand effort de vente ils ont augmenté de 164 p. 100. C'est là un fait significatif et je conseille à tous les membres du Comité de le prendre dûment en considération.

LE PRÉSIDENT : Votre temps de parole, monsieur MacInnis, est écoulé et vous n'avez posé que deux questions.

M. MACINNIS : Je ne vais pas poser d'autres questions ; je ferai cependant remarquer que je n'ai qu'à me féliciter de ne pas en avoir posées qui aient été contraires à l'opinion de M. Dunn, car Dieu sait quand il aurait fini de parler.

LE PRÉSIDENT : A votre tour, Monsieur Harrison.

M. Harrison :

D. Monsieur Dunn, je pense que vous devriez être en mesure de répondre à ces questions ? — R. moi-même ?

D. Oui. — R. Je pensais pouvoir bénéficier d'un répit.

D. Si je m'en rapporte à la façon dont vous vous en êtes tiré jusqu'à présent je ne pense pas que mes questions vous donnent de grandes difficultés.

LE TÉMOIN : Merci.

M. Harrison :

D. Vous avez déclaré ce matin que la fixation des prix procède d'une évolution économique naturelle ? — R. Oui.

D. Quelles limites prévoyez-vous pour cette évolution économique ? — R. C'est là le hic de notre évolution économique, monsieur Harrison. On peut la déceler de son point de départ à son état actuel mais on ne peut pas toujours se fonder sur l'histoire du passé pour prédire ce qui va se produire dans l'avenir.

D. Quelle a été l'histoire ? — R. Ce matin j'ai parlé d'un cartel de la navigation dont je ne sais pas grand chose, mais je crois que ce que j'ai dit à ce sujet était à peu près fondé. Il y eût une concurrence acharnée pendant des années qui faillit compromettre le transport maritime dans l'Atlantique-Nord.

D. Je parle de la fixation des prix. Faites-moi l'historique de la fixation des prix ? Comment a-t-elle évolué ?

LE PRÉSIDENT : Au Canada ?

LE TÉMOIN : Dois-je me limiter au Canada ?

M. Harrison :

D. Oui car nous sommes surtout intéressés au Canada. — R. Bon, très bien, mais nous ne disposons pas d'un aussi grand nombre de chiffres pour le Canada que pour les États-Unis ; c'est pourquoi je parle parfois des États-Unis.

D. Quel a été au Canada l'historique de la fixation des prix ? — R. Il est tel que je vous l'ai décrit : dans l'ensemble il s'est produit une régularisation de la vente des articles assujettis à la fixation des prix de revente.

D. Bon, mais je voudrais savoir qu'elle a été la conséquence de la fixation des prix ? — R. La petite enquête que nous avons faite pour vous et dont les conclusions figurent sur ces deux pages montre que depuis 1939 les prix ont augmenté d'environ 60 ou 70 p. 100.

D. Je n'ai pas de chance avec ma question.

M. CROLL : Le pourcentage d'augmentation ?

LE TÉMOIN : Excusez-moi.

M. Harrison :

D. Dans quelle mesure la fixation des prix s'est-elle développée au cours des années ? — R. Je peux répondre à cette question car en fait nous savons ou nous estimons très raisonnablement que la fixation joue sur 7.89 p. 100 des marchandises en vente dans la plupart des quincailleries. En valeur monétaire cela représente de 10 à 15 p. 100. D'après le rapport Lloyd Jacob la fixation s'applique de 5 à 10 p. 100 des articles.

D. Combien de temps a-t-il fallu pour en arriver là ? — R. Depuis 1927 environ.

D. Je reviens à ma question : quelles limites prévoyez vous pour cette croissance économique de la fixation des prix ? Quelles sont les limites ? Quand atteindra-t-elle 100 p. 100 du commerce si elle les atteint jamais ? — R. Jusqu'à présent, ce qui s'est passé, comme j'ai essayé de le montrer en me servant des cinq points cités par M. Nystrom, c'est qu'il y a une tendance pour les articles ayant ces caractéristiques. Pour ce qui est des articles qu'il est très facile d'acheter, comme la boîte de petits pois dont j'ai parlé ce matin, il ne semble guère que la fixation des prix pénètre dans ce domaine.

D. J'aimerais savoir si, à votre avis, la fixation des prix s'appliquera jamais à tous les articles en vente ? — R. Non, jamais.

D. Jusqu'où peut aller, au juste, la fixation des prix ?

M. FULTON : Ne croyez vous pas qu'on demande maintenant au témoin de pénétrer dans un domaine qui n'est pas de son ressort ?

LE PRÉSIDENT : Il a déjà pénétré dans un certain nombre de domaines qui, à mon avis, n'étaient pas tout à fait de son ressort.

M. HARRISON : Jusqu'où ira, selon vous, la fixation des prix ?

LE TÉMOIN : Je vais demander à M. Hougham de répondre.

M. HOUGHAM : Je ne crois pas que quelqu'un puisse répondre à cette question.

M. Harrison :

D. La deuxième question que je voudrais vous poser — vous avez dit antérieurement que c'était une question théorique mais il se pourrait fort bien qu'elle devienne une question réelle — est celle-ci : quelles mesures préconisez-vous pour venir à bout d'une coalition de fabricants qui sont à même de fixer les prix de détail bien que leurs prix de gros soient différents ? Si vous êtiez à la place de M. Garson que feriez-vous pour venir à bout des coalitions de fabricants ? — R. Tout ce que je puis dire c'est que je suis persuadé que, sous la direction de leur chef, les adjoints de M. Garson trouveront le moyen de mettre un terme aux coalitions qu'en 1873 on appelait conspirations.

Notre législation actuelle n'est peut-être pas assez efficace. Elle n'est peut-être pas assez sévère.

D. Comment peut-il obtenir une condamnation en prouvant qu'il existe une conspiration à l'échelon des détaillants alors que cet état de choses peut être provoqué par une coalition solide entre fabricants ? — R. Tout ce que je puis dire, c'est que nos efforts actuels concernent davantage les ententes verticales que les coalitions pures et simples ou certaines formes de coalitions. Je m'en remets, comme l'a dit M. Hougham, au génie et aux autres qualités de M. Garson et de ses collaborateurs en qui nous avons entièrement confiance. Ils devraient être en mesure de trouver un moyen de prendre en défaut certaines de ces coalitions qui ne répondent pas tout à fait à la définition qui figure actuellement dans la loi. Si ce sont des coalitions ce sont pourtant des conspirations. Comme l'a dit je ne sais plus qui, si ce sont des ententes horizontales qui n'entrent pas sous le coup de la loi, amendons la loi.

LE PRÉSIDENT : Il ne vous reste que cinq minutes, monsieur Harrison et comme M. Garson figure le dernier sur la liste et qu'il n'a pas eu l'occasion de poser de questions, seriez-vous disposé à lui accorder vos cinq dernières minutes ?

M. HARRISON : Certainement, s'il le désire.

L'HON. M. GARSON : Ce n'est pas la peine.

M. Harrison :

D. Dans cet ordre d'idée vous êtes-vous rendu compte que c'était la tendance éventuelle de la mesure proposée ? — R. Je ne m'en suis pas du tout rendu compte car je ne peux admettre un seul instant que les accords verticaux présentent un danger en ce sens qu'ils faciliteraient les accords horizontaux. Lorsqu'il s'agit d'une entente horizontale ouverte ou cachée il faut la supprimer. Lorsqu'il s'agit d'une entente verticale il ne faut pas la déclarer illégale simplement parce que quelqu'un pense qu'elle favorise les ententes horizontales.

D. Je crois que ma question suivante a déjà été effleurée par certains de ceux qui ont questionné le témoin avant moi, ce qui est naturel puisque je suis en fin de liste. — R. J'espère que toutes les questions de M. Garson m'ont déjà été posées.

D. Pensez-vous que la discontinuation de la fixation des prix permettra aux consommateurs d'obtenir des prix plus bas ? — R. La contiunation ?

D. La discontinuation ? Si cette mesure est adoptée croyez-vous que les prix baisseront ? — R. Non si l'on tient compte des données telles que je les vois. Je crois que dès sa mise en application le prix de certains articles augmentera. Ce serait la même argumentation que celle que j'ai eue avec M. MacInnis. Il y aurait la question des guerres de prix et de la disparition de certains articles.

D. Ne s'ensuivrait-il pas qu'il n'y aurait aucune perte de bénéfices et par conséquent que les affaires iraient mieux pour les commerçants, si la mesure proposée était mise en application.

LE PRÉSIDENT : Vous venez de dire que les prix ne baisseront pas ?

LE TÉMOIN : J'ai dit que les prix ne baisseront pas ; par conséquent, votre raisonnement est . . .

M. Harrison :

D. Vous me dites que les prix ne baisseront pas ; ils vont donc augmenter. Ne s'ensuivra-t-il pas que les bénéfices resteront ce qu'ils sont et même qu'ils augmenteront et qu'il sera d'autant plus facile aux commerçants de rester en affaires ? — R. Monsieur Harrison, je me suis entretenu assez longuement de cette question avec M. MacInnis. Il se produirait une augmentation provisoire du prix de certains articles, puis viendrait la seconde étape, à savoir que les grosses sociétés d'achat ou certains particuliers s'empareraient du marché et quelques commerçants passeraient par dessus bord ainsi d'ailleurs que certains articles.

D. Vous avez également comparé l'efficacité des magasins à succursales avec celle des petits magasins. Si la différence qui existe entre l'efficacité des magasins à succursales et celle des petits détaillants est aussi marquée que vous le dites — je crois que vous avez donné 32 p. 100 de frais généraux dans le premier cas contre 20 p. 100 dans le second — et si cette différence n'est contrebalancée que par les achats massifs des magasins à succursales, ne croyez-vous pas que ces derniers seront avantagés par l'abolition de la fixation des prix ? Je crois que votre réponse à cela aurait été oui antérieurement, n'est-ce pas ? — R. Ma réponse est encore celle-ci : même les magasins à succursales ne peuvent pas se tirer d'affaires s'ils ne réalisent des bénéfices.

D. Cela est vrai ? — R. Cependant ils auraient un avantage. Ils peuvent réduire les prix de certains articles afin d'attirer les gens et avoir un gros volume d'affaires mais ils doivent ramener ces prix à un niveau économique et ils doivent réaliser suffisamment de bénéfices pour se maintenir en affaires. Cela s'applique à la T. Eaton Company aussi bien qu'au magasin du coin.

D. La maison Eaton a l'avantage de pouvoir acheter en bénéficiant d'une remise ? — R. Oui.

D. La solution, n'est-ce pas le fabricant qui la détient — pour se protéger lui-même ? Supposons qu'il se produise qu'un grand nombre de petits détaillants aient peur que leurs clients soient entrainés vers les magasins à succursales ? — R. Oui.

D. Le remède est entre les mains du fabricant ; il peut protéger le détaillant en cessant d'accorder des remises aux grands magasins à succursales ? — R. Mais comme je l'ai déjà dit monsieur Harrison, même une maison comme la T. Eaton Company avec 7 p. 100 du total — est-ce exact ?

M. HOUGHAM : En 1935.

LE TÉMOIN : Que font les trois magasins ?

M. HOUGHAM : 80 p. 100.

LE TÉMOIN : 80 p. 100 ?

LE PRÉSIDENT : Du commerce des magasins à rayons ?

M. CROLL : Oui.

LE TÉMOIN : Quel est le pourcentage total des trois magasins. Pouvez vous nous le dire ?

M. HOUGHAM : Non.

D. M. Hougham a déjà dit qu'une société, la T. Eaton Company, effectuait 7 p. 100 de l'ensemble des ventes de détail au Canada et que ses trois magasins

enregistraient 80 p. 100 du volume des ventes effectuées dans les magasins à rayons. Quel est le pourcentage du volume total des ventes des trois magasins ?

M. HOUGHAM : Je ne pourrais pas vous le dire.

L'HON. M. GARSON : Quel est-il maintenant ?

LE TÉMOIN : Disposez vous de chiffres provenant de la maison Eaton, monsieur Garson ?

L'HON. M. GARSON : Non.

LE TÉMOIN : Je n'ai pas d'autres chiffres. J'ai constaté dans les procès-verbaux du Comité qu'une motion visant à l'obtention de chiffres plus récents a été rejetée. Ma réponse directe, monsieur Harrison est la suivante : Supposons pour les besoins de la discussion, qu'une société opère 7 p. 100 de toutes les ventes effectuées au Canada. Ce serait bien dangereux pour le fabricant de dire ; "Nous n'allons pas lui vendre nos produits", car il y a un grand nombre de petits fabricants au Canada. Toutes les manufactures n'ont pas la taille de la société General Electric ou de la C.I.L. et il en est de petites qui approvisionnent Eaton et elles ne vont pas dire : "Pour venir en aide aux intéressés nous n'allons rien vendre à Eaton".

D. Vous parlez du présent, mais est-ce que ce système va se développer beaucoup ? — R. Il va empirer et devenir dangereux pour le public.

LE PRÉSIDENT : Je propose l'ajournement du comité jusqu'à 10 h. 30 demain matin.

(La séance est levée.)

APPENDICE A

Mémoire présenté au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS.

par

l'ONTARIO RETAIL HARDWARE ASSOCIATION

Le présent mémoire a été rédigé par M. Norman DUNN, Avocat, 67 Yonge Street, Toronto.

Messieurs les présidents

Comité mixte du Sénat et de la Chambre des Communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions,

Chambre des Communes,
Ottawa, Canada.

Messieurs :

Point de vue de l'Ontario Retail Hardware Association.

C'est avec plaisir que l'Ontario Retail Hardware Association a appris qu'on avait décidé de soumettre à l'examen de votre Comité les projets de modifications à la loi des enquêtes sur les coalitions et plus particulièrement la question de la fixation des prix de revente. Cette question est de la plus grande importance pour ce qui est de la situation économique de notre pays ; elle intéresse au plus haut point les quincailliers détaillants. C'est pourquoi l'Ontario Retail Hardware Association profite de cette occasion pour faire certaines observations dans l'espoir que votre Comité, conscient avec nous, de l'importance de cette question, sera heureux de prendre sérieusement en considération les problèmes sur lesquels nous nous sentons obligés d'attirer votre attention.

L'Ontario Retail Hardware Association a été fondée en 1906 dans le dessein de défendre les intérêts des quincailliers détaillants indépendants qui sont installés dans l'Ontario ; elle a été constituée en corporation aux termes des lois de la Province de l'Ontario le 17 juillet 1922. Bien qu'à l'origine l'Association ait eu un caractère provincial, les faits ont prouvé que son rôle est plus vaste et qu'il s'étend à tout le Canada. En effet, un certain nombre de quincailliers détaillants des autres provinces se sont affiliés à l'Ontario Retail Hardware Association car il n'existe pas d'autre association comparable au Canada. L'Association estime donc qu'elle peut parler non seulement au nom des quincailliers détaillants de l'Ontario mais qu'elle est en droit de le faire au nom de tous les quincailliers détaillants du Canada. A titre de renseignement, l'Association compte comme membres actifs un total de 1,471 quincailliers détaillants. Environ 96 p. 100 des quincailliers de la province d'Ontario en font partie et sur le plan national, en comptant les membres des autres provinces, environ 40 p. 100 des quincailliers détaillants du Canada font partie de l'Association.

Bien qu'elle soit affiliée à la Fédération canadienne des détaillants, l'Ontario Retail Hardware Association qui a des problèmes qui lui sont propres, se voit dans l'obligation de se désassocier de la Fédération canadienne des détaillants en ce qui concerne les questions qu'étudie votre Comité.

En conséquence l'Ontario Retail Hardware Association demande que vous examiniez avec soin les observations qu'elle fait dans le présent mémoire, car elle croit, comme il est dit plus haut, qu'elle représente véritablement les intérêts de tous les quincailliers détaillants du Canada qui sont au nombre d'environ 4,200 à 4,300.

Place qu'occupent les quincailliers détaillants dans l'économie canadienne.

Les quincailliers détaillants occupent une place particulièrement importante dans l'économie canadienne. Ils constituent un très grand nombre d'assez petits commerçants dont le chiffre d'affaires en 1950 s'est élevé à $192,006,-800.(1) Ils se livrent à un genre de commerce où, d'après l'expérience acquise sous des régimes économiques antérieurs, il est prouvé que le détaillant indépendant est le meilleur serviteur du public. Bien qu'il existe de grandes quincailleries de détail à succursales, il est évident que ce genre de magasins ne s'est pas développé autant dans le commerce de la quincaillerie que dans certains autres commerces et notamment dans les épiceries et les bazars. Un économiste américain qui connaît son affaire estime à pas moins de 95.5 p. 100(2) le pourcentage des ventes d'articles de quincaillerie qu'effectuent les commerçants indépendants. Cela s'explique par le genre du commerce lui-même qui se prête mal, dans l'ensemble, à la gestion centralisée des magasins à succursales. Ce genre de commerce favorise par conséquent l'établissement de commerçants indépendants mais d'autre part il crée de graves problèmes de survivance par suite de la concurrence qui se produit à l'échelon de la vente au détail. C'est pourquoi le quincaillier détaillant s'intéresse au plus haut point au problème de la fixation des prix de détail. Les caractéristiques dont nous avons parlé et qui s'appliquent tout particulièrement au commerce de la quincaillerie ont été énumérées ainsi par M. Nystrom : (1) mise de fonds assez importante pour chaque magasin, (2) stock composé d'articles nombreux, (3) la vente des articles donne lieu à une attention personnelle importante, (4) l'écoulement des stocks est assez lent, (5) la vente des articles nécessite d'importantes connaissances techniques(3). Il s'ensuit que le quincaillier détaillant a de lourds intérêts dans l'économie du pays ; il doit compter, pour réussir, sur une vente ordonnée de ses marchandises, organisée à longue portée. C'est un commerce où le bénéfice ne se réalise qu'à longue échéance et le détaillant qui cherche un profit rapide grâce à un brusque changement des événements ou au moyen de manoeuvres à court terme, n'y a pas sa place.

Le quincaillier détaillant est en somme la ménagère de la nation. C'est à lui qu'incombe la responsabilité de fournir à la population toute une série d'articles variés nécessaires à l'aménagement, à l'équipement et à l'entretien des foyers de la nation en vue de leur sécurité et de leur confort. Le quincaillier est un commerçant plein d'allant qui a mis à la disposition du public toute une série d'articles qui, par suite de l'évolution et de la complexité de notre mode de vie, de l'amélioration rapide de notre standard de vie, ont entraîné un accroissement phénoménal du nombre et de la variété des articles de quincaillerie, par rapport à ce que vendait le ferronnier d'autrefois. A mesure que les fonctions du quincaillier se sont étendues, son commerce a

(1) Bureau Fédéral de la Statistique, Bulletin du commerce de détail — janvier 1951.
(2) Marketing Handbook de M. Nystrom, p. 238.
(3) Marketing Handbook, p. 237.

fait naître un grand nombre de spécialités entièrement nouvelles comme les magasins d'appareils électro-ménagers, les magasins de papiers peints, les entrepreneurs de plomberie et de chauffage et bien d'autres.

En plus de tous ces services le quincaillier détaillant offre au public un nombre incalculable de services spéciaux. Il effectue de petites réparations aux équipements ménagers. Il entretient les maisons d'habitation et les bâtiments agricoles. Il loue des appareils spéciaux allant de la tondeuse de gazon à la grande échelle. Il rend par ailleurs bien d'autres services. Il y a lieu également de ne pas oublier que les articles vendus par le quincaillier exigent, dans un très grand nombre de cas, qu'on les assemble, qu'on en fasse l'essai et qu'on les mette plus ou moins au point avant que les clients puissent les utiliser. Par ailleurs, lors de la vente, il faut prendre un grand nombre de décisions de caractère technique avant que le client soit satisfait. C'est là que le quincaillier détaillant n'est plus seulement un vendeur mais devient un conseiller amical pour les gens de toutes catégories sociales, en ce qui concerne les problèmes nombreux et variés de la construction, de la réparation, de la remise en état et de l'aménagement de leurs maisons.

La plupart du temps les articles vendus par les quincailliers sont lourds et souvent encombrants de telle sorte que la livraison est une question de la plus grande importance, particulièrement dans un pays comme le Canada où se trouvent de vastes régions peu peuplées, très éloignées des grands centres de distribution.

Le tableau ci-dessous, établi à même les dossiers de l'Association, sert à montrer comment le commerce de la quincaillerie s'est développé au point d'offrir au public un grand choix de quincailliers détaillants et de créer une concurrence efficace à l'échelon des détaillants, même dans les plus petites localités.

TABLEAU No 1

Nombre de quincailleries de détails
dans les villes et villages d'importance plus ou moins grande

Population	Nombre total de villes ou villages	Nombre total de magasins	Nombre moyen de quincailleries membres par ville ou village
1,000 et moins	87	426	4.9
1,000 — 2,000	70	147	2.1
2,000 — 5,000	62	169	2.7
5,000 — 10,000	26	88	3.4
10,000 — 25,000	22	145	6.6
25,000 — 50,000	5	32	6.4
plus de 50,000	5	344	68.8

Définition de la fixation des prix de revente

Nous constatons avec regret que la définition de la fixation des prix de revente telle qu'elle figure dans le rapport McQuarrie(4) prête en quelque sorte à confusion en ce qu'elle ne parle pas d'articles ayant une marque de

(4) Page 7

commerce mais se rapporte uniquement au prix maximum. Nous proposons que votre Comité fasse sienne la définition adoptée par la Federal Trade Commission des États-Unis, laquelle est ainsi libellée : (5)

> La fixation des prix de revente est une pratique commerciale selon laquelle le fabricant, en tant que propriétaire d'un produit identifié au moyen d'une marque de fabrique, d'une marque de commerce, d'un nom commercial, d'un droit d'auteur ou d'un brevet, impose des restrictions quant au prix auquel ce produit doit être vendu par les acheteurs et les revendeurs.

Il y a lieu de noter que la fixation des prix de revente est une pratique commerciale absolument conforme au droit coutumier. Ce n'est qu'aux États-Unis que la pratique a été déclarée illégale et cela, en vertu des dispositions exceptionnelles du Sherman Anti-Trust Act de 1890, aux termes desquelles les tribunaux ont déclaré que ni un brevet, ni un droit d'auteur, ni une marque de commerce ne pouvaient accorder au fabricant un droit de propriété fabricant à l'égard de son produit lorsqu'il est passé entre les mains des détaillants. Au début du siècle, la concurrence acharnée qui se livra dans ce pays en plein essor fit que partout aux États-Unis on se mit à réclamer des mesures législatives permettant la fixation des prix de revente sur le plan vertical pour ce qui est des produits nantis d'une marque de fabrique ou de commerce. En effet, les économistes, puis les législateurs des États-Unis eurent tôt fait de comprendre qu'un produit de marque de grande réputation, dont la mise au point avait exigé de grands frais, un véritable luxe de connaissances techniques et d'expérimentation scientifique; qu'un produit de marque qui se vendait bien à un prix considéré comme très justifié par le public, pouvait être détruit en une période de temps assez courte par des réductions de prix effectuées sans vergogne par certaines grandes maisons de détail et notamment par les magasins à succursales ou à rayons. Cette guerre de prix eut pour premier résultat de créer une situation chaotique en ce qui concerne la vente des produits ; en deuxième lieu, elle finit par ébranler la confiance des consommateurs à l'égard du produit ce qui entraîna sa disparition, en bien des cas au grand détriment du public. Par exemple, la disparition de ce produit bien connu, la montre Ingersoll, a beaucoup fait pour éveiller la demande d'une législation sur l'équité commerciale aux États-Unis. Depuis lors des mesures ont été prises dans quarante cinq États aux États-Unis ainsi qu'à propos du commerce inter-États ; elles constituent l'armature juridique de la fixation des prix de revente. Ces mesures ont en fait remis en honneur le principe adopté au temps de l'ancien droit coutumier, à savoir, que la fixation des prix de revente est une pratique commerciale légale et économiquement saine. L'Ontario Retail Hardware Association soutient sincèrement qu'il n'y a pas lieu de modifier ce principe juridique au Canada par une mesure législative à moins que le Parlement n'ait une preuve certaine de ce que la fixation des prix de revente, telle qu'elle a été appliquée jusqu'à présent au Canada a été nuisible à l'intérêt public. Votre Comité, par conséquent, considérera avec soin la fixation des prix de revente en tant que moyen commercial ayant sa raison d'être dans notre type d'économie. L'Ontario Retail Hardware Association qui représente plus de 4,000 quincailliers détaillants indépendants installés dans tout le Canada estime qu'elle dispose de données de fait qui méritent de retenir votre attention.

---

(5) 70th Congress House Document No 546, 30 janvier 1929, page 2.

Importance de la fixation des prix de revente dans le commerce de la quincaillerie.

Nous remarquons qu'il est dit dans le rapport MacQuarrie(6) que les membres du comité MacQuarrie n'ont pas porté leur attention sur des cas isolés de fixation des prix sous prétexte que, si la fixation des prix de revente se limitait à un petit nombre de produits, le problème ne mériterait pas d'être étudié par le Gouvernement. Nous prétendons que la meilleure façon d'envisager les effets de la fixation des prix de revente sur l'économie canadienne consiste, entre autres, à examiner des cas bien précis de fixation et ce n'est que par l'examen d'un certain nombre de cas précis de ce genre que l'on put espérer avoir une vue d'ensemble du problème.

L'Association tient à jour un important indice des prix en vigueur qu'elle met à la disposition des quincailliers détaillants du Canada tout entier. Cela constitue l'un des services qu'elle rend à ses membres. Nous avons pu, de cette façon, aboutir à une conclusion assez précise quant à l'importance de la fixation des prix de revente dans le commerce de la quincaillerie. L'indice de l'Association intéresse environ 26,530 articles très demandés par les quincailliers (et cela ne comprend pas les articles spéciaux comme les articles montés sur roues, les articles de sport et autres articles semblables). L'échantillonnage de nos listes de prix nous permet de voir que sur le total indiqué, environ 2,094 articles sont assujettis à divers degrés à la fixation des prix. Il s'ensuit que sur tous les articles vendus par la majorité des quincailliers détaillants, un maximum de 7.89 p. 100 est assujetti à une certaine fixation des prix recommandée ou imposée par le fabricant. L'estimation du pourcentage en valeur est plus difficile à faire mais l'Association est d'avis, après consultations avec certains membres représentatifs, que les articles assujettis à une certaine forme de fixation des prix comptent pour 10 à 15 p. 100 du total des ventes, dans l'industrie de la quincaillerie de détail. Comparaison intéressante, on estime au Royaume-Uni que la fixation des prix de revente dans le commerce de la quincaillerie atteint de 5 p. 100 à 10 p. 100 du stock du quincaillier moyen.(7)

La fixation des prix de revente et le commerce de la quincaillerie

Des membres de votre comité se demanderont, comme se l'est demandé le comité MacQuarrie(8) si une pratique si peu courante en fonction du volume total d'affaires du quincaillier détaillant mérite de retenir l'attention de l'État. La réponse à ce point d'interrogation se trouve dans une étude des caractéristiques des marchandises soumises à la fixation des prix de revente dans le commerce de la quincaillerie. Nous estimons que la pratique de la stabilisation des prix de vente au moyen d'ententes privées entre fabricants et détaillants revêt pour le quincaillier détaillant une importance qu'il est impossible, à l'heure présente, de mesurer sur la proportion des articles de quincaillerie qui est assujettie à la fixation des prix de revente. Les membres de notre association ont constaté après enquête que la grande majorité des articles qui sont assujettis à la fixation des prix de revente sont des articles consommables ou épuisables. En d'autres termes, le régime de la fixation des prix a tendance à frapper, dans le commerce de la quincaillerie, les articles dont la vente se répète plus ou moins fréquemment. Les articles plus stables et dont la demande est très irrégulière, offrent moins de prise à la pratique de la fixation des prix. Les membres de notre association savent par expérience que la coupe des prix, qu'elle soit intense ou modérée, porte fortement le consommateur à retirer

(6) Page 17.
(7) Rapport du comité d'enquête sur la fixation des prix de revente, Londres, juin 1949, page 69.
(8) Page 17.

la confiance qu'il avait mise dans l'assortiment général de marchandises que vendent les quincailleries du détail ; cette pratique fait donc effectivement fléchir la demande de plusieurs catégories d'articles, assujettis ou non à la fixation des prix de revente. Ayant enquêté auprès des membres de notre association, nous avons conclu nettement que si, de l'avis des quincailliers détaillants, les "ventes à sacrifice" sont funestes au détaillant qui a immobilisé d'importants capitaux dans des articles dont la vente est souvent lente, même cette pratique que le comité MacQuarrie qualifie de "réduction normale des prix", déplaît au consommateur, au point de produire des effets préjudiciables qui dépassent de beaucoup les avantages qu'a valus la faible réduction de prix qu'avait effectuée sur un petit nombre d'articles le vendeur rival dans le domaine même où les coupes ont eu lieu. L'association invite fortement le Comité à examiner les conséquences graves qu'exerce, à l'échelon du détaillant, même "une réduction normale des prix".(9)

La commission qui a fait rapport aux Boards of Trade, en juin 1949, a minutieusement étudié les répercussions de la fixation des prix de revente sur l'économie du Royaume-Uni, durant un grand nombre d'années. Notre mémoire reproduit ailleurs les conclusions de cette commission sur les effets qu'exerce en général le régime de fixation des prix sur l'industrie et le commerce. Pour le moment, nous désirons communiquer aux membres de votre comité quelques observations de la commission anglaise portant plus particulièrement sur le commerce de la quincaillerie.

La commission anglaise a entendu plusieurs dépositions portant sur les conséquences de la "coupe des prix", surtout lorsqu'il s'agit d'articles dont la vente exige du vendeur certaines connaissances techniques. Or, la commission résume ainsi les témoignages qu'elle a entendus au cours de ses audiences :

Point de vue du consommateur

50. Lorsqu'il s'agit d'un article technique comportant certains services d'entretien après la vente, on approuve généralement que le prix initial inclue un montant couvrant les frais du service "gratuit" pour un temps déterminé. Les représentantes des associations féminines nous ont dit qu'à leur jugement cette pratique porte le fabricant et le distributeur à s'assurer que l'article atteint le consommateur dans un bon état de fonctionnement afin de réduire ainsi au minimum les frais d'entretien ; qu'elle évite, du même coup, toute autre mise de fond, peut-être considérable, si l'article devait exiger beaucoup de soin ; et que le fait de savoir qu'il n'y a pas lieu d'effectuer des dépenses supplémentaires pour un temps déterminé compense l'inconvénient d'avoir à acquitter la note d'un service dont on peut se dispenser dans certains cas.(10)

84. Le désarroi que les pratiques jettent dans le commerce des articles qui se vendent rapidement, atteint plus directement le détaillant qui vendant par surcroît de nombreux articles d'un débit relativement lent et, dans certains cas, mettant à la disposition de sa clientèle des conseils techniques spécialisés, rend un service dont l'utilité n'est parfois reconnue que lorsqu'il est supprimé. De plus, rien ne nous permet de contester la solidité de l'argument invoqué par certains fabricants et voulant que la coupe prolongée des prix aboutisse à une instabilité qui leur rend difficile, voire impossible, la tâche de maintenir la qualité

(9) Rapport MacQuarrie, page 20.
(10) Rapport de la commission anglaise, page 10.

et le volume de production des articles marqués. Ces fabricants ont souligné l'importance de maintenir à un niveau régulier et stable, le marché domestique des produits de marques anglaises dont la réputation est solidement établie à l'étranger, et de prévenir les fluctuations et les détériorations dans la qualité des mêmes denrées.(11)

On nous a dit que dans le commerce de la quincaillerie, le fabricant peut compter sur la fixation des prix de revente pour stabiliser le marché, et que cette stabilité l'incite à pousser ses ventes au moyen d'imprimés, de cartons-affiches, etc., principalement si le produit comporte un nouveau principe dans le mode de fonctionnement. Il semble que plusieurs des articles qui, dans ce commerce, sont assujettis à la fixation des prix de revente, soient ceux qui, durant comme après la vente, exigent des conseils techniques qu'on dispense sans frais ou à prix fixe.

Jusqu'ici, la coupe des prix s'est d'abord pratiquée à l'échelon du détail et lorsque la demande avait fléchi, si bien qu'on a finalement invité le fabricant à produire des articles de qualité moindre. On nous a dit que la coupe des prix a nui à la qualité des produits marqués, surtout aux dernières années 20 et aux premières années 30. Les exemples qu'on nous a apportés à l'appui de cette assertion visent la ferronnerie des constructeurs, les fourches de jardins, les ustensiles d'aluminium, les garnitures de laiton et certains agencements électriques.(12)

Voici maintenant comment la commission anglaise a résumé les dépositions que lui ont faites les marchands. Notre association prie le Comité de considérer ce sommaire, préparé par la commission anglaise d'après les témoignages qu'elle a entendus, en fonction de la situation particulière que le quincaillier détaillant occupe dans la collectivité et que nous avons déjà exposée. Le Comité remarquera que la commission anglaise a examiné attentivement les problèmes spéciaux que doit affronter le détaillant, difficultés qu'accroît au Canada le besoin de livrer les articles de quincaillerie à des clients souvent très éloignés les uns des autres dans des régions très peu peuplées. Voici le sommaire des témoignages, qui a été préparé par la commission anglaise : (13)

Point de vue du marchand

36. La pratique de la fixation des prix de revente au pays trouve sa première origine dans la tentative, chez les distributeurs, de s'associer en vue d'amener collectivement les fabricants de produits marqués à établir et à imposer les prix de détail de leur propre production. La grande partie des dépositions qui nous sont venues des distributeurs a été présentée par des groupements de marchands indépendants ; elles indiquent clairement qu'à l'échelle du détail la pression collective en vue de l'établissement de prix minimums vient spécialement des boutiquiers spécialisés. Ces boutiquiers, dont plusieurs font le plus grand état des services qu'ils rendent au public, appuient énergiquement le principe dont s'inspire la distribution spécialisée à l'échelon du détail. Seul, prétendent-ils, le détaillant qui s'est spécialisé est à même d'offrir à ses clients tous les articles, d'un débit très lent dans certains cas, du domaine dans lequel il s'est lui-même spécialisé, et de les faire profiter

(11) Rapport de la commission anglaise, page 17.
(12) Rapport de la commission anglaise, page 69.
(13) Rapport de la commission anglaise, page 7.

de son expérience sous forme de conseils ou de services techniques. Ils ajoutent que ces avantages deviennent impossibles à dispenser sous le régime d'un âpre concurrence en matière de prix, où, à ce qu'ils prétendent, ce n'est pas toujours le marchand le plus utile qui survive. Ces marchands se souviennent avec autant de vivacité que d'amertume des guerres de prix qui, disent-ils, chassent des affaires des établissements qui rendaient de réels services à la collectivité mais dont le client a reconnu trop tard l'utilité.

La commission anglaise a examiné de près les dépositions des fabricants de produits spécialisés, surtout de produits d'une durée relativement longue et qui exigent l'intervention d'une haute compétence technique. La commission anglaise résume de la façon suivante les dépositions que lui ont soumises les fabricants de cette sorte de produits : (14)

Point de vue du fabricant

45. Il existe, en outre, une catégorie d'articles auxquels, à cause de leur nature, les fabricants sont fortement portés à fixer des prix minimums. Ces produits, qu'on pourrait qualifier de "techniques", comprennent les automobiles, les réfrigérateurs, les aspirateurs et, en général, les articles d'une durée relativement longue et supposant l'intervention d'une haute compétence technique. Le bon fonctionnement de ces appareils dépend des conseils techniques et d'un choix judicieux au moment de la vente, du service spécialisé après la vente et de la disponibilité des pièces de rechange. Les fabricants de produits techniques se reposent, pour maintenir leurs ventes, sur la faveur qu'inspire à leurs clients le bon fonctionnement des appareils pendant un certain nombre d'années, et tiennent beaucoup à ce que seuls des distributeurs bien outillés vendent leurs produits. Les frais de distributeurs spécialisés, dont plusieurs maintiennent gratuitement certains services après la vente, sont nécessairement assez élevés ; il leur serait difficile de soutenir la concurrence en s'en tenant simplement au prix de vente. Certains fabricants limitent donc le nombre de leurs distributeurs, leur imposent certaines normes, et leur concèdent des droits exclusifs de vente dans tel territoire donné. D'autres fabricants cherchent, par des moyens moins directs, à assurer à leurs distributeurs un marché raisonnablement stable et rémunérateur ; ils prescrivent à cette fin et imposent strictement des prix et des marges minimums. Dans ce genre de commerce, le distributeur dont les frais sont les plus bas n'est pas nécessairement le plus compétent, et les fabricants semblent convaincus que le public ne retire pas plus qu'eux-mêmes de réels avantages de la concurrence en matière de prix à l'échelon de la distribution.

Après avoir étudié plusieurs genres de commerce en fonction des problèmes que pose la distribution, et en particulier le commerce de détail, notamment la vente des articles de quincaillerie, la commission anglaise a conclu de toute son étude que la fixation des prix de revente, sous forme d'entente verticale ou de contrat conclu entre le fabricant, le grossiste et le marchand, ne nuit pas à l'intérêt public. Elle a donc recommandé que le gouvernement du Royaume-Uni n'intervienne pas au moyen d'une mesure législative afin d'enrayer cette méthode commerciale.

(14) Rapport de la commission anglaise, page 9.

La conclusion à laquelle en est arrivée la commission anglaise et les vœux qu'elle a formulés constituent, à notre jugement, la preuve irréfutable que l'examen complet de la situation dans un pays dont les lois côtoient de si près celles du Canada établit que rien ne saurait justifier quelque ingérence que ce soit dans le droit dont jouissent les fabricants en vertu du droit coutumier, de décréter par contrat quels doivent être les prix de vente au détail de leurs propres marques. Voici et la conclusion et les vœux de la commission : (15)

> 162. Nous sommes d'avis que le fabricant d'un produit marqué reste responsable de la qualité du produit qui est vendu sous sa propre marque de fabrique ; il ne saurait donc demeurer indifférent aux conditions qui en régissent la vente au public. Les dépositions que nous avons entendues démontrent que les produits portant une marque de fabrique bien connue se prêtent plus facilement à la vente à sacrifice que pratiquent les distributeurs. Nous sommes convaincus que leur usage à cette fin ne procure aucun avantage durable au fabricant, au distributeur ni au consommateur en général. La fixation des prix de revente offre un moyen commode de protéger les marques de fabrique contre tels ou tels abus de la part du distributeur.
>
> 163. Nous recommandons de ne prendre aucune mesure qui ôterait au producteur pris individuellement la faculté de prescrire et d'imposer les prix de revente des produits de sa propre marque.

La fixation des prix de revente risque-t-elle de nuire à l'intérêt public ?

Nous avons jusqu'ici appelé l'attention de votre comité sur l'importance et la valeur de la fixation des prix de revente dans des domaines plus ou moins positifs du commerce de la quincaillerie à l'échelle du détail. Il faut admettre, cependant, que la méthode commerciale bien répandue de la fixation des prix de revente compte des adversaires qui prétendent que cette pratique nuit à l'intérêt public. Les études déjà faites sur le problème ne révèlent guère une opposition considérable à la pratique de la fixation des prix de revente, ni chez le fabricant, le grossiste ou le détaillant, ni même, sur la foi des dépositions reçues par la commission anglaise, au sein des importants groupements de consommateurs. Il est manifeste que l'opposition à la pratique de la fixation des prix de revente découle presque exclusivement, soit directement soit indirectement, de sources tout près de l'administration fédérale aux États-Unis et dont les idées sont contaminées depuis deux générations par l'aspect politique séduisant de la loi Sherman de 1890 contre les trusts et des lois connexes. Par l'adoption de cette loi le droit américain s'est détourné du droit coutumier qui a établi et préserve encore au Canada le droit dont jouissent les particuliers lancés en affaires de passer contrat avec un autre particulier en vue de protéger légalement des droits de propriété, en l'occurrence les droits de propriété à une marque commerciale, à un dessin de fabrique ou à une appellation de commerce. On a fini, à ce jeu, par croire aux États-Unis que derrière toute discussion qui s'élève au sujet des prix auxquels des marchandises doivent être vendues se cache un "trust" ou une coalition portant atteinte à la liberté du commerce. Il convient de regretter que le comité MacQuarrie s'engage, à ce qu'il semble, dans la même voie, lorsqu'il déclare(16) que "la fixation des prix de revente facilite et rend plus efficaces les ententes horizontales (for-

(15) Rapport de la commission anglaise, page 33.
(16) Page 18.

melles ou tacites) entre manufacturiers". Nous soumettons qu'en bonne procédure judiciaire toute pratique constituant une entente horizontale réelle en vue de restreindre le commerce devrait naturellement relever des dispositions de la loi sur les coalitions si elle est jugée contraire à l'intérêt public. Si les présentes dispositions de la loi sur les coalitions ne suffisent point à empêcher la formation de coalitions moins formelles visant à restreindre la liberté du commerce, qu'on apporte à la loi les modifications qui s'imposent ; mais qu'on n'aille pas, sous le spécieux prétexte que les ententes verticales visant la fixation des prix de revente peuvent de quelque façon engendrer d'illégales ententes horizontales en vue de restreindre le commerce, décréter de cette seule supposition que les ententes verticales visant à fixer les prix de reventes sont nuisibles à l'intérêt public. Nous prions instamment votre comité d'étudier avec le plus grand soin cet aspect de la question, et avec l'espoir d'aider de notre mieux votre comité nous nous proposons de discuter, à la lumière des documents que nous avons pu nous procurer, certains prétendus mauvais effets de la fixation des prix de revente. Nous souhaitons que les quelques documents qu'un mémoire comme le nôtre nous permet de présenter fourniront à votre comité l'occasion de scruter à fond les données statistiques qu'ils annoncent, afin que votre comité édifie ses conclusions sur le roc solide des faits plutôt que sur le sable mouvant des opinions exclusivement.

La fixation des prix de revente n'élève pas les prix

Au jugement du comité MacQuarrie(17), "le niveau général des prix est plus haut sous le régime des prix imposés qu'il ne le serait sous celui de la concurrence". Nous soumettons respectueusement aux membres du comité MacQuarrie que cette assertion ne trouve aucune justification dans les faits recueillis par la statistique, et que telle n'est pas la conclusion logique que le comité pouvait tirer des documents mentionnés aux pages précédentes du rapport, s'il s'était donné la peine de reproduire la sixième et dernière conclusion de la Commission fédérale du commerce : (18)

> 6. Les fabricants des produits pharmaceutiques à prix fixés que vise le présent rapport, ont généralement établi des prix minimums rentrant dans l'éventail de ceux que prenaient leurs clients à gros débit juste avant la signature des contrats fixant le prix de revente minimum des articles portant leur marque.

Oxenfeldt commente ainsi : (19)

> Si la fixation des prix de revente modifiait sensiblement et sur une longue période les marges des distributeurs, elle produirait presque à coup sûr le même effet sur les prix aux consommateurs. Encore une fois, les fabricants ont d'ordinaire établi les prix de détail minimums de leurs produits assez près des prix auxquels plusieurs grands distributeurs les avaient vendus, soit à moins que les prix exigés par les indépendants. Les marges des détaillants, ni même celles de la moyenne des indépendants, n'ont cependant pas fléchi. Les fabricants ont plutôt réduit les prix aux détaillants lorsqu'ils ont établi les prix de leurs produits sous le régime de la fixation des prix de revente. La Commission fédérale du commerce a conclu :
>
> ...les réductions effectuées par certains pharmaciens, en 1939, dans les prix de produits assujettis à la fixation des prix de revente

(17) Page 20.
(18) A. R. Oxenfeldt : **Industrial Pricing and Market Practices**, New-York, 1951, page 427.
(19) A. R. Oxenfeldt : **Industrial Pricing and Market Practices**, New-York, 1951, page 428.

consistaient effectivement en des réductions consenties par les fabricants et assez fortes pour permettre aux détaillants, après la réduction des prix, d'encaisser des bénéfices aussi élevés, et dans certains cas encore plus élevés qu'ils n'en encaissaient antérieurement lorsque les articles étaient vendus au détail à des prix plus forts.

La commission anglaise a aussi établi une comparaison entre les marges de bénéfices des produits assujettis à la fixation des prix et les marges des produits qui ne sont pas assujettis à ce régime. Nous estimons aussi intéressante que précieuse la conclusion à laquelle a abouti la commission anglaise au sujet des marges de bénéfices : (20)

> Dans l'ensemble, les marges de bénéfices des produits assujettis à la fixation des prix semblent moins fortes que celles des produits à prix libres. Toutefois, les circonstances peuvent varier avec les produits et les genres de commerce. Que les marges, pour les produits marqués et soumis à la fixation des prix, surtout s'il s'agit d'articles bien connus, soient généralement inférieures, cela ne nous paraît pas d'une bien grande importance. Au contraire, l'opposé nous aurait étonnés, attendu que la vente des produits de cette catégorie n'exige pas ordinairement des efforts aussi soutenus que celle des produits non estampillés. Il n'y a donc pas lieu de comparer les deux genres de commerce.

Notre association pense que votre comité y gagnerait à acquérir une expérience directe dans le commerce de la quincaillerie ; nous nous sommes donc donné la peine de dresser une liste des prix réels d'articles bien connus que tous les quincailliers du pays offrent en vente, dans le double but de déterminer la tendance des prix des principaux articles d'abord en fonction des prix de détail en général et ensuite en fonction de l'indice du coût de la vie. Il s'agit de prix pratiqués au Canada dans notre propre industrie. Nous soulignons que le peu de temps que nous avons eu pour préparer notre mémoire nous a imposé certaines limites dans les articles à choisir. L'association a dressé, avec le concours de quincailliers d'expérience qui en sont membres ou administrateurs, une liste arbitraire répondant aux fins de la présente étude. Dans la plupart des cas, les articles sont d'usage courant et d'un débit rapide, mais parfois la liste comprend des produits dont la vente est plutôt lente. Tous les articles ainsi arbitrairement choisis aux fins de la présente étude sont inclus dans le tableau que nous vous soumettons. Nous nous empressons d'ajouter que si votre comité désire pousser plus loin son examen du problème, il peut compter sur toute la collaboration possible de notre association, les membres qui jouissent d'une longue expérience dans le commerce de détail de la quincaillerie estimant, croyons-nous, que les prix des articles assujettis à la fixation des prix ont beaucoup moins monté, proportionnellement, que l'indice national des denrées ou que l'indice du coût de la vie.

Le tableau qui suit indique le pourcentage de majoration dans les prix de 1939 à 1951 ; à remarquer que pour les articles assujettis à la fixation des prix, la majoration a été bien moins forte que pour les articles dont les prix de revente ne sont pas imposés. Le tableau indique aussi la majoration des prix de l'indice national des denrées et la hausse de l'indice du coût de la vie durant la même période dans chaque cas, sauf que nous n'avons pu établir, comme point de départ, une moyenne des années 1935 à 1939, de sorte que nous avons pris le chiffre de 1939.

---

(20) Renvoi en bas de page, rapport anglais, page 14.

Tableau No 1

Tendance des prix et *marges de bénéfices du détail,* articles de quincaillerie, avec et sans la fixation des prix de revente, ainsi que l'*indice national des denrées* et l'*indice du coût de la vie* durant la même période.

(Les prix indiqués sont ceux du détail sous le régime de la fixation des prix ou du détail normal lorsque les articles ne sont pas soumis au régime de la fixation des prix. Il y a ajustement dans les cas de majoration de la taxe de vente là où la taxe de vente s'applique.)

	1939	1951	Pourcentage d'augmentation	Marge de détail en p.c. du prix de détail
Peinture (blanche pour l'extérieur, le gallon)				
Assujettie à la fixation des prix				
Vernis impérial "Floglaze"	4.35	7.40	70.1	21.6
Lowe Brothers	4.45	7.45	62.9	21.4
Canadian Industries Limited — CIL	4.20	7.45	77.4	22.1
Prix libre				
Scarfe	4.00	7.35	83.7	22.4
Moyenne de 1951				
Piles de lampe de poche (l'unité)				
Assujetties à la fixation des prix				
National Carbon No 2 "Eveready"	.15	.196	30.7	31.2
Cires à parquet (en pâte, la livre)				
Assujetties à la fixation des prix				
Edward Hawes : "Hawes"	.45	.5194	15.4	17.0
Boyle Midway : "Old English"	.49	.6075	24.0	25.8
Ampoules électriques (60 watts)				
Assujetties à la fixation des prix				
Canadian General Electric	.20	.196	—2	25.0
Ustensiles en aluminium				
Assujettis à la fixation des prix				
Aluminum Goods Manufacturers : "Wear Ever" (bain-marie No 141)	2.15	3.88	80.4	33.4
Supreme Aluminum : "Standard" (bain-marie No 402)	1.55	2.70	74.2	33.5
Prix libre				
General Steel Wares : "Triumph" (bain-marie No 53)	1.45	2.99	106.2	33.1
Outils manuels				
Non assujettis à la fixation des prix				
Marteau Stanley 51½, 16 onces, surface connexe	1.50	3.19	112.17	33.2

	1939	1951	Pourcentage d'augmentation	Marge de détail en p.c. du prix de détail
Scie manuelle Disston D-8, 26" —8 point	4.00	7.01	75.3	33.6
Truelle Rose, Philadelphie No 110	2.90	5.35	84.4	33.6
Niveau Stanley No 1294, 24", de menuisier	.70	1.82	158.8	33.5
Rabots de menuisier :				
Stanley No 4, doux	4.75	10.10	112.6	33.3
Stanley No 78, feuillure	3.75	7.99	113.1	32.2

Indice national des denrées (B. F. de la S.)

	1939	1951 (Sept.)	Pourcentage d'augmentation
Toutes denrées	100	221.6	121.6
Aliments	100	251.1	151.1
Vêtement	100	206.9	106.9
Biens mobiliers	100	199.1	99.1
Indice du coût de la vie	100	189.8	89.9

La fixation des prix de revente ne restreint pas indûment la concurrence

Les ouvrages économiques établissent amplement que la fixation des prix de revente assure cette "réglementation sociale des prix" qui revêt aux yeux de la commission MacQuarrie une si grande importance publique[21]. C'est une déclaration incomplète que d'affirmer que la fixation des prix se borne à faire passer la concurrence du domaine des prix à celui des services. Nous le savons déjà, peu nombreux, relativement, sont les articles du commerce de la quincaillerie qui sont assujettis à la fixation des prix. Nos membres, de toutes les parties du Canada, savent par expérience que dans un très grand nombre de cas des articles assujettis à la fixation des prix sont vendus en concurrence directe avec des articles de même qualité et dont les prix ne sont pas imposés. A la vérité, la seule concurrence que fasse disparaître la fixation des prix est celle qui atteint le détaillant dans la marchandise marquée qu'il offre en vente, ce qui se produit lorsqu'un marchand rival "vend à sacrifice" la marchandise de la même marque que la sienne. Alors, le détaillant qui a immobilisé des capitaux dans la marchandise marquée garnissant ses rayons subit la concurrence de sa propre marchandise, qui représente également une immobilisation de capitaux et qui lui coûte souvent plus cher que le prix de sacrifice auquel son concurrent offre les siennes. Personne, croyons-nous, qui occupe un poste de commande dans le service public, n'oserait pousser la témérité jusqu'à prétendre que cette sorte de concurrence joue à l'avantage de la population, ni qu'un instrument légal visant à éliminer cette sorte de concurrence au moyen de la vente à sacrifice soit nuisible à l'intérêt général. De fait, comme nous l'avons vu, la commission anglaise a catégoriquement affirmé que ce genre de concurrence effrénée nuit réellement

(21) Rapport MacQuarrie, page 8.

à tout le monde. Il faut donc conclure qu'un contrat légal qui enraye une âpre concurrence de cette sorte sert directement l'intérêt public.

Les autorités économiques sont nombreuses, mais notre mémoire n'en invoquera qu'une seule pour montrer jusqu'à quel point persisterait la concurrence même si une très forte proportion du commerce de détail était assujettie à la fixation des prix de revente : (22)

> On a eu abondamment recours, sous le régime des contrats-lois, à la fixation des prix de revente dans le commerce des produits pharmaceutiques des boissons alcooliques, et des produits spécialisés, mais assez rarement dans le domaine des produits alimentaires empaquetés. La fixation des prix minimums de revente par le fabricant protège les marges du grossiste et du détaillant et amène le distributeur à favoriser le débit du produit visé. La pratique permet toutefois aux produits rivaux qui échappent à la fixation d'être offerts à des prix inférieurs. Si toutes les marques nationales étaient assujetties à la fixation des prix munimums de revente, les marques privées des magasins à succursales, des comptoirs postaux et des autres détaillants assureraient la concurrence en matière de prix qui est nécessaire à la protection du public.
>
> Effet des lois d'équité commerciale. — L'effet immédiat des premiers contrats d'équité commerciale a été de relever le prix des marchandises à prix fixés dans les magasins qui coupaient les prix et de les abaisser dans les magasins indépendants du quartier, attendu que ces derniers se trouvaient alors en mesure de vaincre la concurrence aux prix minimums du contrat. Par la suite, les détaillants ont mieux réussi qu'antérieurement à pousser le débit de leurs marques privées. Les principaux détaillants ont vite saisi cette chance qui s'offrait de pousser leurs propres marques. Il en est résulté une concurrence réelle en matière de prix entre les marques, de sorte qu'aucun fabricant ne peut se permettre de ne pas tenir compte de cette concurrence dans les prix lorsqu'il songe à imposer des contrats établissant des prix minimums.

La fixation des prix de revente ne crée aucun régime de droit privé

D'après le rapport MacQuarrie, la fixation des prix de revente fait craindre l'institution d'un régime de droit privé sans aucun appel aux tribunaux judiciaires.(23)

Cette crainte est illusoire. La fixation des prix de revente ne relève pas plus du "droit privé" que n'importe quel autre contrat que signent deux citoyens du Canada. Il est clair que lorsque deux parties acceptent un contrat, chacune se trouve liée de "droit privé" par les conditions qu'impose le contrat qui, même s'il ne porte pas sur quelque chose d'illégal, peut fort bien s'écarter des règles du droit coutumier qui régissent la situation dont il s'agit. C'est, de fait, la raison d'être d'un contrat. Il est aussi manifeste qu'advenant une mésentente soit sur le sens à donner aux dispositions du contrat, les parties peuvent demander redressement aux tribunaux judiciaires. Ce privilège est aussi ancien que le droit coutumier lui-même. En ce qui concerne la fixation des prix de revente, le principe vient d'être consacré lors d'un jugement de Son Honneur le juge Marier, de la Cour supérieure de Québec (district de

(22) P. H. Nystrom : **Marketing Handbook**, page 590.
(23) Rapport MacQuarrie, pages 19 et 22.

Montréal), rendu le 14 novembre 1951 dans la cause de MM. Charles Duquette et Jean Duquet contre la société Charles E. Frosst and Company. Les journaux ont fait grand état de ce jugement depuis une semaine. En l'espèce, une firme de pharmaciens s'est prétendue lésée par certaines dispositions d'une entente portant sur la fixation des prix de revente. Les requérants demandaient une injonction, ce qui équivalait à un mandement intimant à la défenderesse, société produisant des produits pharmaceutiques, l'ordre de continuer la livraison de ses produits en dépit des infractions du requérant au contrat portant sur la fixation des prix de revente. Le tribunal a refusé l'injonction en soulignant que le contrat en cause devait être interprété par le tribunal conformément aux dispositions de la loi qui régissent les contrats. Il ne fait donc aucun doute que tout contrat portant sur la fixation des prix de revente, comme tous les autres contrats, sont de la compétence des tribunaux dans les dix provinces du Canada s'il s'élève quelque différend ou quelque divergence d'interprétation.

La fixation des prix de revente ne nuit pas à l'efficacité économique

Le comité MacQuarrie exprime l'avis que "le maintien des prix de revente peut davantage contribuer à décourager l'efficacité qu'à protéger les petites entreprises".(24)

Notre association a jugé que cette affirmation relative à l'inefficacité dans les débits de détail mérite une analyse minutieuse à la lumière des données statistique. On a pu établir, par la statistique, l'efficacité relative d'exploitation des quincailleries de détail tant au Canada qu'aux États-Unis par rapport à l'efficacité d'exploitation des magasins à succursales multiples et des magasins à rayons aux États-Unis. Les données correspondantes pour les bazars indépendants aux États-Unis sont aussi indiquées. Dans les analyses disponibles, nous avons choisi les années de base qui se rapprochent le plus de celles sur lesquelles se fondent les autres études connexes.

Le tableau suivant, dont les sources sont indiquées, porte sur les sortes de magasins particuliers ou sur les genres de commerce dont il est fait mention.

TABLEAU No 2

Efficacité comparative des magasins indépendants, des magasins à succursales multiples et des magasins à rayons

	Magasins à rayons É.-U. 1949 (25)	Bazars à succursales É.-U. 1943 (26)	Quincailleries É.-U. 1950 (27)	Quincailleries Canada 1950 (28)	Bazars indépendants É.-U. 1943 (26)
Ventes	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0
Coût de la marchandise	64.8	63.68	71.8	73.9	66.84
Bénéfice brut	35.2	36.62	28.2	27.1	34.92
Frais d'exploitation	32.5	28.60	23.75	20.9	27.51
Bénéfice net	2.7	7.72	4.45	6.2	8.91
Renouvellement du stock (fois)	4.4		2.35	3.08	

(24) Rapport MacQuarrie, page 21.
(25) Source : Ecole d'administration commerciale de l'Université Harvard, bulletin No 132.
(26) Source : Université Harvard, bulletin No 120.
(27) National Retail Hardware Association (E.-U.) : **Hardware Retailer**, septembre 1951, page 141.
(28) **Hardware and Metal and Electric Dealer**, 31 mars 1951, page 38 et suiv.

Nous voyons dans les données qui précèdent la preuve irrécusable que le quincaillier indépendant peut se passer de protection contre l'inefficacité dans la lutte que lui font les magasins à succursales ou à rayons dans le commerce du détail au Canada. Les bénéfices bruts indiqués au tableau No 2 donnent une idée graphique de l'arme que constitue l'achat en masse dont se servent les magasins à succursales et à rayons pour faire concurrence au détaillant indépendant. C'est dans ce domaine, nous le savons déjà, que les magasins à succursales ou à rayons remportent leurs succès au moyen de ce qu'on appelle, en jargon commercial, les "marques privées". C'est la concurrence dans sa fine fleur. L'expérience démontre, toutefois, que la multiplication horizontale des débits de détail élève les frais d'exploitation à un rythme anormal, de sorte que si l'on examine les frais comparatifs d'exploitation, on constate que ceux des magasins indépendants sont beaucoup moindres que ceux de leurs concurrents, les magasins à succursales ou à rayons. Chaque fois que les données provenant de l'étude précitée le permettent, on indique le nombre de fois que le stock a été renouvelé pendant l'année, afin de montrer que la marchandise que vend le quincaillier est d'un débit beaucoup plus lent que celle des magasins à succursales ou des magasins à rayons.

Conclusion

L'Association ontarienne des quincailliers détaillants soumet son mémoire et sa documentation convaincue qu'ils constituent une preuve concluante que la fixation des prix de revente ne joue pas au désavantage de l'intérêt public, c'est-à-dire qu'elle ne provoque pas de hausse dans les prix, ni de diminution dans l'efficacité, qu'elle ne crée aucun régime de droit privé non du ressort des tribunaux, mais qu'au contraire elle constitue, même si elle n'atteint qu'une faible proportion des affaires de la quincaillerie à l'échelon du détail, une pratique économique et légale acceptée, permettant à une fraction considérable du commerce fait par les quincailliers détaillants de fonctionner dans l'ordre moyennant un bénéfice établi à un niveau raisonnable, et assurant au consommateur premièrement, une vive concurrence entre les marques commerciales dont plusieurs sont assujetties à la fixation des prix, et les "marques privées", c'est-à-dire les produits qui échappent à la fixation des prix, puis que, en ce qui concerne les produits marqués, on n'exercera aucune pression sur le fabricant en vue d'avilir la qualité.

Comme on l'a dit précédemment, notre Association veut persuader le Comité de l'intérêt soutenu qu'elle porte à ce problème important et de son désir d'aider de son mieux le Comité au cours de l'enquête qu'il mène, en lui fournissant tous les renseignements qu'il estimerait lui être utiles.

Respectueusement soumis au nom de

L'ONTARIO RETAIL HARDWARE ASSOCIATION

par

NORMAN M. DUNN

Avocat-conseil

Toronto le 26 novembre 1951

APPENDICE B

APPENDICE "A"

FAISANT SUITE AU
MÉMOIRE DE L'ONTARIO RETAIL HARDWARE ASSOCIATION, SOUMIS AU COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES, POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Le 3 décembre 1951.

En mai 1951, l'Ontario Retail Hardware Association a entrepris une enquête dans diverses villes typiques de l'Ontario, pour établir quelles marges de bénéfices (exprimées en pourcentages) existaient dans différentes collectivités d'importance diverse et, tout particulièrement, pour observer les variations dans les marges de bénéfices, d'une collectivité à l'autre, ainsi que par rapport aux marges indiquées dans le *Price Guide* de l'Ontario Retail Hardware Association ; depuis près de 30 ans, ce livret, publié par l'Ontario Retail Hardware Association, a été pour les membres une source de renseignements. Les marges de bénéfices dont le *Price Guide* fait mention ont été établies grâce à l'expérience combinée des membres et des directeurs de l'Association quant aux marges, à l'égard de catégories données de marchandises, sans lesquelles le détaillant ne pourrait réaliser de bénéfice satisfaisant.

L'enquête a été menée par l'Association pour rendre service à ses membres ; les résultats en ont été publiés en septembre 1951, afin de mettre tous renseignements utiles à la disposition des membres qui ont contribué à cette enquête.

L'enquête a porté sur les 7 collectivités suivantes de l'Ontario :

Ville	Population (1951)	Nombre des quincailliers
1. Orillia	10,985	4
2. Grimsby	2,414	3
3. Niagara-Falls	21,304	11
4. London	94,027	29
5. Windsor	118,584	30
6. Welland	16,004	6
7. Milton	1,964	3

Les détaillants qui ont fourni ces renseignements sont, à notre sens, les principaux quincailliers de ces endroits et nous sommes d'avis que les marges de bénéfice indiquées donnent un aperçu fidèle de la situation qui existe, à cet égard, dans chacune de ces villes.

ONTARIO RETAIL HARDWARE ASSOCIATION

FEUILLE 1

ARTICLES DE MÉNAGE

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Articles en aluminium	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 2/3	33 1/3
Brosses (de ménage)	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	35 1/2	33	.....
Bougies	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	.....	32 1/4	.....
Sertisseuses pour boîtes à conserve	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	31	28 1/2	28 1/2	31	.....
Balayeuses mécaniques	37 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	33 1/3	35
Produits d'entretien	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 2/3	.....
Cuisinières	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Casseroles et divers ustensiles de cuisine	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	31	28 1/2	33 1/3	31 2/3	33 1/3
Articles de laiterie	28 1/2	.....	.....	33 1/3	.....	28 1/2	28 1/2	29 3/4	33 1/3
Articles de cuisine décorés	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	31	28 1/2	33 1/3	32 1/3	33 1/3
Couverts	37 1/2	.....	.....	33 1/3	37 1/2	28 1/2	.....	34 1/4	.....
Articles émaillés	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	31	28 1/2	33 1/3	31 2/3	33 1/3
Cannettes (bois)	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3
Articles galvanisés	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	28 1/2	25	30	31
Cadeaux et nouveautés	37 1/2	.....	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	35 1/2	34 1/4	.....
Verrerie	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	35 1/2	30 1/4	33 1/3
Coutellerie (couverte)	37 1/2	.....	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	37 1/2	34 2/3	33 1/3
Planches à repasser	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	31	28 1/2	33 1/3	32 1/3	33 1/3
Instruments de cuisine	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 2/3	.....
Escabeaux	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	28 1/2	31	31 2/3	33 1/3
Lampes (à pétrole lampant)	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	33 1/3	32 1/2	30
Articles de lessive	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	31	32	.....
Mirroirs	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	43	34 2/3	.....
Toiles cirées	.....	.....	.....	.....	.....	28 1/2	.....	28 1/2	.....
Articles de cuisine allant au four	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Tableaux	.....	.....	.....	.....	.....	28 1/2	.....	28 1/2	.....
Céramique	.....	.....	.....	33 1/3	37 1/2	33 1/3	35 1/2	35	33 1/3
Rôtissoires	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	33 1/3	32	33 1/3
Cisailles et ciseaux	37 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	37 1/2	33 1/3	37 1/2	35	33 1/3
Argenterie et divers	.....	.....	.....	33 1/3	37 1/2	33 1/3	37 1/2	35 1/2	.....
Ustensiles d'acier	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....
Verres à pied	.....	.....	.....	.....	39 1/2	33 1/3	.....	36 1/2	.....
Poterie de grès	.....	33 1/3	.....	33 1/3	.....	33 1/3	35 1/2	34	.....
Articles de tables	.....	.....	.....	33 1/3	37 1/2	33 1/3	35 1/2	35	.....
Articles en fer blanc	28 1/2	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	32 2/3	33 1/3
Papier hygiénique	28 1/2	20	28 1/2	33 1/3	28 1/2	33 1/3	20	27 1/2	.....
Papier ciré	.....	.....	.....	.....	.....	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....
Stores et articles divers	.....	.....	.....	33 1/3	37 1/2	33 1/3	.....	34 3/4	.....

FEUILLE 2

ARTICLES D'ÉLECTRICITÉ (comprenant tous appareils d'éclairage et petits appareils électro-ménagers)

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Percolateurs	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Grils à maïs	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	.....	32 1/2	.....
Cordon d'alimentation	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Fers à friser	33 1/3	.....	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/3	33 1/3
Sonnettes élect	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	.....
Piles sèches	.....	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	27
Couvertures électriques	33 1/3	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Foreuses électriques	33 1/3	28 1/2	.....	28 1/2	33 1/3	28 1/2	28 1/2	30	30
Broyeuses "	33 1/3	28 1/2	.....	20	33 1/3	28 1/2	28 1/2	28 3/4	30
Radiateurs "	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Fers à repasser élect	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Mélangeurs electriques	33 1/3	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Rôtissoires "	33 1/3	.....	.....	.....	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/4	33 1/3
Articles élect. divers	33 1/3	.....	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/3	33 1/3
Ventilateurs	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Clôtures électrifiées	.....	.....	.....	33 1/3	.....	28 1/2	33 1/3	31 3/4	30
Lampes thérapeutiques	33 1/3	33 1/3	.....	.....	.....	28 1/2	33 1/3	32 1/4	.....
Coussins chauffants	33 1/3	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Réchauds	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	33 1/3	32 1/2	32
Lampadaires	.....	.....	.....	.....	.....	28 1/2	.....	28 1/2	.....
Ampoules	28 1/2	28 1/2	28 1/2	25	.....	28 1/2	28 1/2	28	27 1/4
Lustres et suspensions	.....	.....	.....	33 1/3	37 1/2	28 1/2	43	35 1/2	.....
Moteurs	25	.....	.....	20	25	28 1/2	.....	24 3/4	.....
Accessoires de radio	.....	.....	.....	33 1/3	.....	28 1/2	.....	31	.....
Fers à souder	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Grille-pains	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 3/4	33 1/3
Gaufriers	33 1/3	33 1/3	.....	33 1/3	33 1/3	28 1/2	33 1/3	32 1/2	33 1/3
Outillage de soudeur	.....	.....	.....	.....	.....	28 1/2	.....	28 1/2	.....
Canalisations	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	37 1/2	28 1/2	42	34 1/2	33 1/3
Lampes de poche	33 1/3	33 1/3	33 1/3	33 1/3	.....	28 1/2	33 1/3	32 1/2	29

FEUILLE 3

ARTICLES DE SPORT

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Munitions	25	23	28½	23	25	25	23	24⅜	22½
Art. de tir à l'arc	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Art de port	33⅓	.....	.....	33⅓	33⅓	25	33⅓	31⅜	33⅓
Articles à barbe	33⅓	.....	.....	33⅓	37½	25	.....	32⅓	.....
Base-ball	33⅓	33⅓	.....	33⅓	33⅓	25	33⅓	32	.....
Basket-ball	.....	.....	.....	.....	33⅓	25	33⅓	30⅓	.....
Bicyclettes et pièces	.....	.....	.....	.....	.....	25	33⅓	29¼	.....
Gants de boxe	.....	.....	.....	.....	.....	25	33⅓	29¼	.....
Lits de camp	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Fourneaux de camp	.....	30	33⅓	33⅓	33⅓	25	30	31	33⅓
Chronomètres	.....	31	33⅓	33⅓	.....	25	31	30¾	25
Jeux de croquet	33⅓	33⅓	.....	33⅓	.....	25	33⅓	31⅜	.....
Harnais à cheins	.....	33⅓	.....	33⅓	.....	25	33⅓	31¼	.....
Articles de pêche	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	37½	25	35½	33	.....
Foot-ball	.....	.....	.....	.....	.....	25	33⅓	29¼	.....
Articles de golf, etc	.....	.....	.....	.....	.....	25	33⅓	29¼	.....
Fusils	25	25⅓	.....	.....	28½	25	25	25¾	25
Hamacs	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Habits de chasse	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Couteaux de chasse	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	.....	25	35½	32⅓	.....
Brocs et bouteilles	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	.....	25	33⅓	32	33⅓
Lanternes (à gaz)	.....	30	33⅓	33⅓	33⅓	25	30	31	33⅓
Chaises et tables jardin	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Articles de cuir	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Malles et valises	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Huile à Fusil	.....	.....	.....	33⅓	.....	25	33⅓	30½	33⅓
Moteurs hors-bord	.....	.....	.....	25	.....	25	25	25	.....
Pistolets	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Canifs	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	37½	25	37½	33⅓	.....
Fusils	25	25⅓	.....	25	28½	25	28½	26¼	25
Patins à roulettes	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	.....	25	33⅓	32	.....
Fusils de chasse	25	25⅓	.....	25	28½	25	28½	26¼	25
Patins	33⅓	33⅓	.....	.....	.....	25	33⅓	31¼	.....
Skis	33⅓	.....	.....	33⅓	.....	25	33⅓	31¼	.....
Traîneaux et toboggans	33⅓	33⅓	33⅓	33⅓	28½	25	33⅓	31¾	.....
Punching-bag	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Articles de tennis	.....	.....	.....	33⅓	.....	25	33⅓	30½	.....
Tentes	.....	.....	.....	.....	.....	25	25	25	.....
Pièges pour animaux	.....	33⅓	.....	33⅓	.....	25	25	29¼	33⅓
Tir au pigeon	.....	.....	.....	.....	.....	25	.....	25	.....
Vélocipèdes	.....	31	33⅓	33⅓	33⅓	25	31	31¼	.....
Wagons	33⅓	31	33⅓	33⅓	31	25	33⅓	31½	.....
Montres	.....	28½	.....	33⅓	.....	25	28½	29	15

FEUILLE 4

SERRURERIE ET FERRONNERIE DE BÂTIMENTS ET DIVERS

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Ferronnerie pour portes de garage	28 ½	.....	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	30 ½	27
Pointes	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	37 ½	32	33 ⅓
Ferronnerie pour armoires	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	31	33 ⅓
Roulettes	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	31 ⅔	.....
Cartonnage	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	31 ⅔	35
Serrures de portes transform	25	20	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	25	26 ⅔	33 ⅓
Serr. et ferron. portes	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	31	33 ⅓
Gouttières et accessoires	.....	.....	.....	.....	28 ½	28 ½	33 ⅓	30	33 ⅓
Verre (succédanés)	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	10 ¾	28	.....
Verre, etc	.....	50	.....	50	.....	.....	50	50	50
Tôle galvanisée	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	28 ½	10 ¾	28	33 ⅓
Agrafes et oeillets	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	28 ½	33 ⅓	32	33 ⅓
Matériel isolant	.....	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	31 ⅔	.....
Boîtes à lettres	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	.....	32 ⅓	.....
Cadenas	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Longrines et arêtiers	.....	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	31 ⅔	33 ⅓
Toitures	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ½	14 ½
Couvertures	28 ½	20	28 ½	20	33 ⅓	28 ½	16 ⅔	25	15
Ferronnerie pour châssis	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Ferronnerie pour portes moustiquaires	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Vis	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ½	40
Ferronnerie pour étagères	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Broquettes	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	40
Bourrelets hermétiques	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓

FEUILLE 5

OUTILS ET FERRONNERIE

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Abrasifs	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	31	28 ½	43	33 ⅔	33 ⅓
Haches	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Courroies	.....	31 ⅓	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ¼	33 ⅓
Vilebrequins à main	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Boulons	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	28 ½	33 ⅓	33 ¼	40
Vilebrequins	31	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	33 ⅓
Brosses à pansage	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	.....
Vis à têtes	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	28 ½	33 ⅓	33 ¼	40
Chaînes, etc	33 ⅓	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ¼	33 ⅓
Ciseaux	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Serre-joints	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	33 ⅓
Manilles	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Burins	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Colliers	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	.....	31	.....
Etrilles	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	.....
Foreuses à main	31	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	33 ⅓
Moteurs (à essence)	.....	.....	.....	.....	.....	28 ½	.....	28 ½	.....
Accessoires de clôture	.....	33 ⅓	.....	.....	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	33 ⅓
Engrais	33 ⅓	28	33 ⅓	28 ½	25	28 ½	28	29 ¼	33 ⅓
Limes	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Fourches	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	33 ⅓
Réservoirs	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	.....
Tuyaux d'arrosage	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	28 ½	28 ½	27 ½	30 ½	33 ⅓
Outils de jardinage	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	31	28 ½	33 ⅓	31	33 ⅓
Graisseurs	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	25
Broyeurs	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	.....	32 ½	33 ⅓
Licous	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	.....	31	.....
Marteaux	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓

FEUILLE 5

OUTILS ET FERRONNERIE (suite)

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Ferronerie de harnais	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	.....
Transporteurs à foin	.....	.....	.....	.....	.....	28 ½	.....	28 ½	.....
Fers à cheval	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	.....	31	33 ⅓
Insecticides	31	26	.....	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	31	20
Lampes à pétrole lampant	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ⅓	33 ⅓
Tondeuses (gazon)	33 ⅓	28 ½	28 ½	28 ½	28 ½	28 ½	28 ½	29 ¼	25
Niveaux	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Goupilles	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	28 ½	33 ⅓	33 ¼	40
Outils de maçon	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Divers acc. de ferme	33 ⅓	.....	.....	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ¼	33 ⅓
Clous	.....	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	28 ½	28 ½	30	25
Burettes à huile	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	33 ⅓
Graisseurs	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Rabots	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32	33 ⅓
Tenailles et pinces	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	32 ⅔	33 ⅓
Perceuses à colonne	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	28 ½	28 ½	31	33 ⅓
Produits avicoles	33 ⅓	.....	.....	.....	.....	28 ½	33 ⅓	31 ¾	.....
Tondeuses électriques	25	.....	.....	23	23	28 ½	23	24 ½	25
Poulies	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Rivets et barbes	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Cordes et div	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	31	33	33 ⅓
Règles	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Scies	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Affûteuses de scies	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Pelles	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Grattoirs	.....	.....	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Moustiquaires	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Tournevis	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Filières	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	35 ½	34	33 ⅓
Pierres à aiguiser	31	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33	33 ⅓
Crépins	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....
Pelles	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	31 ¾	33 ⅓
Vaporisateurs	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Etais	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....
Désinfectant pour bétail	33 ⅓	.....	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Tuyaux de poêles	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Equerres	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Mantelets	.....	.....	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....
Réservoirs	.....	.....	.....	.....	.....	33 ⅓	23	28 ¼	.....
Chauffes-eau	.....	.....	.....	.....	.....	33 ⅓	28 ½	30 ⅔	33 ⅓
Rubans	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Ringards et poinçonneuses	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	34	33 ⅓
Cisailles pour tôles	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Outils	31	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33	33 ⅓
Poignées d'outils	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Courroies en V	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37
Poulies pour courroies en V	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Etaux	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	28 ½	32 ⅔	33 ⅓
Ferronnerie de wagons	33 ⅓	.....	.....	33 ⅓	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....
Lessiveuses (acier)	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	34	40
Brouettes	28 ½	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	28 ½	33 ⅓	25	30	20
Fils de fer galvanisés	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	.....	28 ½	33 ⅓	33 ⅓	32 ½	33 ⅓
Arroseurs	.....	.....	33 ⅓	.....	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Clefs à écrou	.....	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓

FEUILLE 6

PLOMBERIE ET CHAUFFAGE

(MAJORATIONS DE DÉTAIL EXPRIMÉES EN POURCENTAGES DES PRIX DE VENTE AU DÉTAIL)

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Chauffe-eau							33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Acc. de salle de bains				33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Torche à acétylène			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Nettoyeurs			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Toilettes (transf.)							33 ⅓	33 ⅓	
Sièges de toilettes			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Pompes électriques				20			33 ⅓	26 ⅔	33 ⅓
Robinets			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Acc. toilettes et lavabos				33 ⅓				33 ⅓	
Joints				33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Tuyaux et accessoires			33 ⅓				33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Clefs à tubes			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Réservoirs à eau chaude				33 ⅓			23	28 ¼	25
Accessoires à douche				33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Eviers				33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Obturateurs			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Pompes à eau				33 ⅓			20	26 ⅔	33 ⅓

FEUILLE 7

PEINTURES, ET ACCESSOIRES DIVERS

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Décalcomanies				33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	
Vernis		33 ⅓	33 ⅓	31	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33	
Echelles		33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Pinceaux		33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	
Pulvérisateurs					33 ⅓	33 ⅓		33 ⅓	
Mastic		33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	35 ½	33 ⅓	33 ⅓
Truelles à mastic	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	34	
Papier émeri	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	34	33 ⅓
Brosse d'acier	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓	37 ½	33 ⅓	33 ⅓	34	33 ⅓
Stencils					37 ½	33 ⅓		35 ½	
Papiers peints	37 ½				37 ½	33 ⅓		36	

FEUILLE 8

ARTICLES DIVERS

Articles	Majorations dans chaque ville							Moyennes	Majorations indiquées dans le *Price Guide* de l'ORHA
	Orillia	Niagara	London	Grimsby	Windsor	Welland	Milton		
Gants	33 ⅓		33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	33 ⅓
Graines	33 ⅓		33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	
Jouets et poupées			33 ⅓	33 ⅓			33 ⅓	33 ⅓	

APPENDICE C

MÉMOIRE DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

soumis au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Novembre 1951.

Au Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions

Monsieur le Président, messieurs les membres du Comité,

L'Association Canadienne des Consommateurs parle au nom des consommateurs de notre pays. L'autorité dont elle jouit se fonde sur le nombre considérable de femmes, résidant dans toutes les régions du Canada et faisant partie de l'Association ; cette autorité repose encore sur l'affiliation de quinze organisations nationales qui prennent une part active à notre oeuvre.

C'est le troisième mémoire que nous soumettons à un comité du Gouvernement et dans lequel nous exprimons notre opposition à la pratique de la fixation des prix de revente. Nous saluons l'occasion qui se présente de souligner une fois encore l'attitude que nous avons adoptée ; en effet, nous estimons que la coutume en cause va à l'encontre des intérêts du consommateur. Or tous les Canadiens ne sont-ils pas des consommateurs ? Nous voulons espérer que les débats au Parlement rendront les Canadiens attentifs à la menace que constituent, pour notre économie, les privilèges spéciaux de fixation des prix. C'est une véritable léthargie qui a permis à la pratique des prix fixés de se répandre au Canada, léthargie qui ne peut être due qu'au petit nombre de Canadiens comprenant réellement la nature de la pratique en cause et ses répercussions sur leur bien-être économique individuel, et sur l'économie de la nation tout entière.

A la suite d'une enquête approfondie, le Gouvernement du Royaume-Uni et la Federal Trade Commission des États-Unis ont condamné la fixation des prix de revente, qui exploite le consommateur et enfreint les règles qui régissent le marché libre. Elle a été condamnée aussi chez nous par les conclusions du Comité MacQuarrie.

L'Association Canadienne des Consommateurs s'oppose à la pratique, parce qu'à son avis :

1. *La fixation des prix de revente entraîne une hausse générale du niveau des prix.*
2. *L'ingérence de la fixation des prix de revente dans l'organisation du marché libre a d'autres conséquences graves :*
   (*a*) La constitution d'un système de lois et de sanctions privées.
   (*b*) La restriction imposée aux débouchés et à l'ouverture d'entreprises commerciales nouvelles.

3. *Par suite de la fixation des prix de revente, le grand public doit souffrir de sanctions et de désavantages qui pèsent bien plus, dans la balance, que les avantages douteux dont les marchands et les fabricants sont censés bénéficier.*

1. *La fixation des prix de revente entraîne une hausse générale du niveau des prix.*

Cette pratique a en réalité pour but de prévenir une baisse des prix. Sans doute a-t-on invoqué de nombreux arguments en sa faveur mais le seul motif qui milite pour la coutume en question est le désir de maintenir le niveau des prix. Comme M. McGregor l'a déclaré devant votre Comité : "Il est évident que la pratique maintient partout les prix à un niveau anormalement élevé". Pour une fois, dans ce dédale inextricable de ventes au détail, ont retenti des mots qui disaient bien ce qu'ils voulaient dire.

Tout fabricant qui assigne des prix fixés doit les établir à un niveau assez élevé pour permettre au revendeur qui a les frais généraux les plus considérables de réaliser un bénéfice suffisant. Dans une économie libre, un revendeur établi dans un district à loyers commerciaux bas, vendrait probablement ses marchandises meilleur marché que son concurrent établi dans un secteur central. Un détaillant qui ne livre pas à domicile, qui ne consent pas de crédit, et dont les frais de réclame sont peu élevés, devrait pouvoir vendre moins cher qu'un autre détaillant qui fait crédit, livre à domicile et consacre des sommes importantes à sa réclame. Un magasin à chiffre d'affaires imposant devrait vendre meilleur marché qu'une boutique modeste, moins bien achalandée. Cependant, les prix des produits soumis à la fixation des prix de revente sont identiques dans tous les magasins. Si leurs prix sont assez élevés pour permettre au détaillant fonctionnant à grands frais de réaliser une marge de bénéfice suffisante, leur niveau est au-dessus de celui dont se contenterait le détaillant dont les frais sont moindres.

C'est le public qui en souffre sérieusement. Il nous semble évident que si les prix de détail étaient libres, les magasins dont les frais sont moindres pourraient écouler leurs marchandises à meilleur marché.

Cette exploitation des consommateurs a été franchement admise par un homme d'affaires parlant en 1948 devant le chapitre d'Akron de l'American Marketing Association. Lorsqu'on lui demanda comment un fabricant fixe le prix de revente de ses produits, il répondit :

> Je crains de devoir avouer que, faute de procédés rationnels, il procède par tâtonnements. Il est clair que le prix de vente est le fruit de compromis ; puisqu'on s'accorde à admettre qu'il y a moins de risque à fixer ce prix trop haut qu'à l'établir trop bas, on s'arrête généralement à un compromis qui le situe un peu haut.

Parmi vos témoins il s'en est trouvé qui vous ont affirmé que certains produits à prix fixés sont moins chers que des articles semblables écoulés à prix libres. Mais de fait, les articles ne sont jamais identiques. Leurs prix peuvent différer pour mille raisons diverses : goûts des consommateurs, campagnes de propagande à l'échelle nationale, emballages de luxe, etc . . . On ne peut établir de comparaison valable entre les prix de produits différents.

Il arrive qu'on compare également les marges de bénéfices réalisées par les distributeurs. On vous affirme que les distributeurs jouissent d'une marge bien plus considérable pour les marchandises à prix libres que pour les marchandises à prix fixés. Mais ce parallèle n'a, pour nous, aucune valeur pratique.

Pour les produits à prix fixés, le fabricant doit souvent prendre à charge une large proportion du prix de revient global, comprenant une grande partie des frais de réclame : dans tous les cas de ce genre, les distributeurs peuvent évidemment se contenter d'une marge inférieure à celle qui leur est nécessaire pour les articles à prix libres qu'ils doivent lancer à leurs frais. En conséquence, la seule comparaison possible est celle que l'on pourrait établir entre les prix d'un même produit vendu à prix fixé et à prix libre. On ne saurait établir au Canada, aujourd'hui, de parallèle de ce genre ; heureusement, toutefois, des comparaisons ont été faites aux États-Unis.

Ce n'est que dans le Vermont, le Texas, le Missouri et Washington (D.C.) que les lois du loyal commerce (permettant la fixation des prix de revente) ne s'appliquent pas. En janvier 1949, la revue *Fortune* a publié une intéressante étude comparative portant sur les prix à Washington (D.C.) et sur ceux du Maryland voisin, où la loi autorise la fixation des prix de revente. Je cite un extrait de l'article :

> Les membres du Congrès et d'autres résidents plus modestes du District de Columbia peuvent faire mousser sur leurs visages la crème à raser Barbasol extraite d'un grand tube vendu pour 29¢. Dans le Maryland, soucieux d'équité commerciale, le même tube leur coûterait 39¢.
>
> Les membres du Congrès peuvent régénérer leurs globules sanguins à l'aide des Lilly's Laxton Pulvules en ne payant que $2.29 au lieu de $3.25, prix établi sous le régime du loyal commerce. Alors qu'à Washington, district de Columbia, le flacon d'*Old Grandad* se vend $5.45, il coûte ailleurs le montant de $6.65, la taxe imposée par l'État non comprise. Les poudres contre le mal de tête se vendent 10¢ au lieu de 19¢.
>
> "La comparaison entre les prix exigés pour 117 articles à marque bien connue, à Washington, d'une part, et dans le Maryland, de l'autre, a révélé qu'à Washington 35 p. 100 des produits se vendaient un tiers moins cher environ ; 38 p. 100, à peu près un quart moins cher ; et 29 p. 100, environ un septième moins cher.

Pour ce qui est du Canada, il nous est impossible d'établir la comparaison entre les prix exigés pour des produits identiques dans des régions où l'on recourt à la fixation des prix de revente et dans d'autres où ce n'est pas le cas. Il y a cependant moyen de faire ressortir les résultats de l'adoption, à Terre-Neuve, d'ententes relatives à la fixation des prix de revente, à la suite de l'union de Terre-Neuve au Canada en 1949. Le rapport de la Commission royale d'enquête sur le coût de la vie à Terre-Neuve traite de l'effet de la fixation du prix de revente sur le prix des articles de quincaillerie. Voici ce qu'on peut y lire :

> "Dans le cas de plusieurs genres d'articles soumis à la fixation du prix de revente, les quincailliers ont dû hausser de façon appréciable la marge de bénéfices qu'ils s'accordaient antérieurement lorsque la concurrence était plus libre".

Nous avons extrait du rapport un tableau des prix de gros et de détail et des majorations applicables à deux articles de quincaillerie qui présentent pour les pêcheurs de Terre-Neuve une importance spéciale. On y fait la comparaison entre la période qui a précédé le recours à la fixation des prix et celle qui a suivi.

TABLEAU LXV — PRIX ET MAJORATIONS

Saint-Jean

—	Prix payé par le grossiste	Prix demandé par le grossiste	Majoration (%)	Prix payé par le détaillant qui achète directement	Prix payé par le petit détaillant	Prix de détail	Majoration pour le détaillant qui achète directement	Majoration pour le petit détaillant
Pile sèche n° 6 mars 1949.....	46½c.	55c.	18.3%	46½c.	55c.	60c.	30%	9.1%
Pile sèche n° 6 janvier 1950.....	47½c.	60c.	26.3%	47½c.	60c.	80c.	69%	33⅓%
Pinceau (Teal 2") mars 1949.....	$8.20 (douz.)	10.05 (douz.)	22.5%	8.20 (douz.)	83.8c.	95c.	41%	13.3%
Pinceau (Teal 2") janvier 1950.....	$6.40 (douz.)	8.80 (douz.)	37.5%	6.40 (douz.)	73.3c.	1.10	106%	50%

Tiré du rapport de la Commission royale d'enquête sur le coût de la vie à Terre-Neuve, 1950; p. 78.

La commission royale rapporte qu'après l'adoption du régime de fixation des prix, la majoration établie pour les détaillants qui achètent directement est passée de 30 p. 100 à 69 p. 100, pour ce qui est des piles sèches No 6, et de 41 p. 100 à 106 p. 100, pour ce qui est des pinceaux (Teal 2"). Le prix de gros de ces pinceaux a fléchi mais on a tellement haussé la majoration accordée au détaillant que le prix de détail a dû monter.

Les exemples qui précèdent montrent assez bien que la fixation du prix de revente réussit non seulement à prévenir la baisse des prix, son objectif, mais à relever effectivement le niveau général des prix. Ce qui confirme nos vues à cet égard ce sont les récentes défaillances qui se sont produites dans le régime de la fixation des prix après que le Gvt eut annoncé son intention de présenter un projet de loi visant à interdire la fixation du prix de revente. Grâce aux renseignements fournis par les consommateurs, nous savons qu'en bien des cas, les marchands ont déjà réduit les prix ordinairement fixés. Il est intéressant à cet égard de relever deux passages contradictoires d'un éditorial publié dans le Canadian Pharmaceutical Journal du 1er novembre 1951 :

> Nous, pharmaciens, savons que nulle loi destinée à empêcher la fixation des prix ne pourra faire baisser les prix...

Voici ce qu'on trouve quelques alinéas plus loin :

> Déjà, avant même que la loi soit présentée, certains détaillants tirent parti de la publicité qui se fait autour de la question et réduisent les prix. Cela s'est vu à Hamilton, London et Woodstock. Autrement dit, rien qu'en annonçant son projet, le gouvernement a descellé quelques pierres de la digue.

A titre de consommateurs, nous espérons voir encore d'autres réductions de ce genre. Nous croyons fermement que le niveau général des prix exigés pour les produits à prix fixés baisserait de façon appréciable si ces méthodes restrictives n'existaient pas.

La Canadian Pharmaceutical Association semble compter parmi les mieux organisées des associations qui préconisent la fixation du prix de re-

vente. C'est avec beaucoup d'inquiétude que nous observons les efforts qu'elle fait pour maintenir ou pour élever en certains cas, le prix d'une foule de produits se rattachant ou non à la pharmacie, et cela partout où ils sont vendus. Votre conseiller a déjà présenté un extrait du Canadian Pharmaceutical Journal, du 15 septembre 1951, qui nous a profondément consternés. Il y est question des mesures prises par le Board of Commercial Interests de la Canadian Pharmaceutical Association à la suite de plaintes portées contre ceux qui réduisent les prix. Qu'on nous permette de vous rappeler le cas suivant :

> Cas No 3 : plainte formulée par Associated Pharmacies, Saint-Jean (N.-B.) contre la Nestle's Food Company, qui ne fait rien pour stabiliser les prix. La société en question permet la vente de Lactogen à prix fort réduit, par voie de commandes postales ou par l'entremise de comptoirs, à l'aide de catalogues.
>
> Nous avons eu trois entretiens avec M. Grout, qui est au service de la compagnie Nestlé. Il ne consent pas encore à la stabilisation du prix de détail de Lactogen. Tout ce que nous avons pu obtenir de lui c'est la promesse de tout faire pour qu'on élève au niveau régulier le prix inscrit dans les catalogues.

Voilà un exemple de mépris absolu du bien général. Un groupe puissant de distributeurs tente ici de rendre encore plus générale la fixation des prix de revente afin que les prix soient partout plus élevés et que rien ne vienne mettre en danger les bénéfices qu'ils réalisent. Ce passage révèle également une perversion étrange et fort troublante du sens ordinaire des mots. Pour la Canadian Pharmaceutical Association, semble-t-il, "stabiliser les prix" c'est les élever de façon qu'ils soient partout les mêmes. Il est à souhaiter que d'autres partisans de la fixation du prix de revente ne donnent pas à ces mots un sens aussi sinistre.

D'autres documents établissent que les distributeurs, qui espèrent trouver la sécurité par le recours à la fixation des prix de revente, ne se préoccupent pas toujours de l'intérêt des consommateurs.

Voici ce qu'annonçait le Canadian Pharmaceutical Journal, livraison du 1er février 1946 :

> L'automne dernier, lors d'une réunion tenue à Bigwin Inn, les représentants des pharmaciens détaillants ont décidé que "la remise minimum nette, dans le cas des produits pharmaceutiques, devait être d'au moins 40 p. 100". On s'est également entendu sur une marge satisfaisante de profit en ce qui a trait aux spécialités pharmaceutiques et aux remèdes brevetés. Le chiffre adopté est de 33⅓ p. 100 pour les remèdes brevetés et de 40 p. 100 pour les cosmétiques. On a proposé l'emploi d'un "sceau d'approbation" sur toutes les factures des fabricants qui se "conformeraient" aux directives. Ce serait le B.C.I. (Le Board of Commercial Interest dont il vient d'être question) qui donnerait l'approbation.

(Soit dit entre parenthèses, nous nous élevons contre l'habitude qu'ont les détaillants d'indiquer les majorations sous forme de pourcentage du prix de vente. Il nous semble que cette majoration doit être exprimée en fonction du prix de revient, car autrement, l'expression perd son sens. Quand la Canadian Pharmaceutical Association parle de 33⅓ p. 100 du prix de vente, il s'agit en fait de 50 p. 100 du prix de revient. Cinquante pour cent du prix de vente correspondent à 66⅔ du prix de revient. Il nous semble que tous

les intéressés auraient une bien meilleure idée de la situation si c'était toujours sous forme de pourcentage du prix de revient qu'on présentait au Comité les chiffres relatifs aux majorations et aux marges de bénéfices).

Les pharmaciens ont obtenu les majorations dont on vient de parler. Le numéro de juin 1951 du National Merchandiser, publication propre à la National Drug and Chemical Co., annonce que ces fabricants ont adopté une nouvelle ligne de conduite en matière de prix, celle dont nous a déjà parlé M. McGregor. Ils assurent aux pharmaciens un bénéfice minimum de 40 p. 100, en plus des remises accordées selon les commandes. Tous les pharmaciens réaliseront de tels bénéfices quels que soient leurs besoins.

Nous ne doutons guère qu'on mettrait vite au pas les pharmaciens qui refuseraient de tels bénéfices. La Canadian Pharmaceutical Association fait respecter ses décisions à l'aide des méthodes dont le Journal du 15 septembre 1951, publication que je viens de citer, fournit un exemple :

> Cas No 2 : plainte formulée par la Manitoba Retail Druggists' Association. Certains marchands de détail de Winnipeg, l'un des magasins étant une importante pharmacie, n'avaient pas établi leurs prix au niveau minimum nouvellement proposé. La Manitoba Retail Druggists' Association s'est activement occupé du problème, sur le plan local surtout. Nous lui avons aidé en entrant immédiatement en communication avec les fabricants dont les produits étaient en cause.
>
> Nous avons classé dans nos dossiers des lettres provenant des fabricants auquels nous avions écrit. Ils nous assurent avoir obtenu que leurs produits soient vendus à Winnipeg aux prix minimums courants.

Nous nous sommes demandé pourquoi il est impossible d'intenter des poursuites sous le régime actuel de la loi des coalitions, à l'égard de tels actes si manifestement contraires à l'esprit même de la loi. Les témoignages rendus devant le Comité nous ont appris, sauf erreur, qu'il y aurait infraction à la loi des coalitions si l'association des pharmaciens détaillants tentait elle-même de forcer un de ses membres à exiger un prix minimum. De telles associations échappent aux poursuites uniquement parce que pour imposer leurs prix elles font exercer au fabricant le droit qu'il a de déterminer le prix de revente de ses produits. Il nous semble donc que dans de tels cas le droit à la fixation du prix de revente sert de paravent aux associations de marchands détaillants et leur permet l'emploi de méthodes qu'on peut à peine distinguer de celles qui ont cours dans le cas de coalitions en vue d'entraver la concurrence.

Nous estimons que ce paravent doit être supprimé : chaque détaillant doit pouvoir fixer lui-même le prix de ce qu'il vend, sans intervention de la part des fabricants ou des autres détaillants dans le même domaine. C'est aux intérêts des consommateurs du pays qu'il faut songer.

II. *Le recours à la fixation du prix de revente pour restreindre le libre jeu du commerce produit d'autres graves résultats :*

(*a*) Établissement d'un régime de lois et de punitions d'ordre privé.

(*b*) Restrictions quant au nombre d'établissements de vente et quant à l'entrée dans le commerce.

Établissement d'un régime de lois et de punitions d'ordre privé :

La plupart des Canadiens nous semblent désireux de maintenir notre économie aussi libre que possible. Certaines mesures s'imposent pour la protection du public mais ceux qui se livrent à l'achat ou à la vente doivent

avoir le droit de se faire librement concurrence, et ceux qui veulent se lancer dans les affaires dans ce dessein doivent avoir la faculté de le faire et de déterminer eux-mêmes par la suite le prix de ce qu'ils vendent. La fixation du prix de revente rend impossible toute concurrence à l'égard des articles qui y sont assujettis. Les distributeurs d'articles soumis à la fixation du prix de revente se voient souvent privés de tout nouvel approvisionnement si le fabricant découvre qu'ils n'exigent pas le prix qu'il a fixé.

La seule pensée que le fabricant a le droit d'imposer à des milliers de détaillants le prix qu'il a fixé, et cela après qu'il leur a vendu ses produits, est contraire à tous nos concepts de liberté, surtout lorsque cette exigence s'accompagne de la menace d'une punition particulièrement brutale, refuser les approvisionnements sur lesquels le détaillant compte pour assurer son existence.

Au nom des consommateurs qui sont atteints par chaque extension de tels "privilèges spéciaux", nous demandons qu'on mette fin à ces privilèges avant qu'ils prennent plus d'ampleur. Nous nous élevons particulièrement contre l'argument selon lequel les ententes inclues par certains groupements pour fixer les prix à leur avantage sont du même ordre que les mesures de l'État.

C'est ainsi que le Canadian Pharmaceutical Journal du 1er novembre 1951 déclare :

> Le Gouvernement établit le prix minimum du blé et les gouvernements provinciaux décident du prix auquel le lait peut se vendre.

Les gouvernements doivent rendre compte de leurs décisions à nous les consommateurs du pays. Pour ce motif, c'est au gouvernement qu'il appartient de fixer les prix si la chose s'impose. Le gouvernement imprime les billets de banque : le citoyen ordinaire qui décide d'en faire autant se rend coupable du crime de contrefaçon. Les associations de détaillants ou les fabricants qui s'arrogent le droit de fixer les prix de revente s'arrogent tout autant à notre sens un pouvoir qui n'appartient qu'à l'État.

Restrictions quant au nombre d'établissements de ventes et quant à l'entrée dans le commerce :

Pour voir à quoi mène logiquement la fixation du prix de revente, il faut étudier ce qui se passe dans un pays où cette méthode est plus généralisée et plus ancienne qu'ici. Le Royaume-Uni est dans ce cas, les associations de détaillants ont reconnu elles-mêmes que l'aboutissement logique de la fixation des prix de revente est de limiter le nombre de ceux qui peuvent se lancer en affaires dans certains domaines précis.

M. McGregor a déjà cité en partie la déclaration suivante du secrétaire de la British National Pharmaceutical Union. Nous appelons également votre attention sur les derniers alinéas dont M. McGregor n'a pas donné lecture :

> Tous les marchands de spécialités pharmaceutiques doivent, en notre pays, être détenteurs de permis. Or, nous avons constaté que le nombre de ces marchands s'accroissait de huit à neuf mille par année... Il est indéniable que le mouvement lancé par la P.A.T.A., il y a 38 ans, en faveur de la fixation du prix de revente, a de fait fixé le prix des spécialités pharmaceutiques. Les bénéfices de 20 a 30 p. 100 que rapporte la vente de ces articles n'ont pu que porter fortement les autres marchands à envahir le domaine des spécialités pharmaceutiques. Les épiciers et les autres marchands dont le chiffre d'affai-

res est considérable en ce qui a trait à la vente de produits ménagers sont habitués à des bénéfices bruts de 12½ à 15 p. 100. Tout produit vendu à un prix protégé de telle sorte que le bénéfice brut est de 25 p. 100 est donc considéré comme un produit dont la vente peut être fort profitable.

Le succès de nos propres efforts en vue de prévenir les rabais de la part de nos membres nous a amené, dans notre propre domaine, une foule de concurrents...

Le groupement dont je fais partie a décidé qu'il était raisonnable de demander aux fabricants de spécialités pharmaceutiques et de produits chirurgicaux de ne distribuer leurs produits qu'aux pharmaciens.

Nous prions les propriétaires de ces produits de signer une entente valable pour sept ans, selon laquelle ils promettent de ne vendre leurs produits qu'aux pharmaciens. En retour, nous nous engageons, au nom des pharmaciens, à laisser champ libre à ces produits, de tout faire pour en favoriser la vente et de faire régner dans les pharmacies une atmosphère vraiment cordiale.

D'autre part, nous prions tous les membres de notre association de n'accorder aucun espace dans les montres, sur les comptoirs ou autres étalages aux produits ou aux réclames qui ont trait à notre commerce mais qui ne sont pas insscrits dans notre liste.(1)

Voici ce qu'écrivait en 1945 le secrétaire de la Motor Trade Association of Great-Britain, l'un des groupes les plus forts et les mieux organisés de ceux dont le but est d'assurer le plus strictement possible la fixation du prix de revente :

Toutefois, si les fonctions de l'association se bornent à la fixation des prix de revente dans son acception la plus étroite, il lui sera impossible d'atteindre, par le fait même, le but qu'elle vise.

Il semble raisonnable de supposer que tout régime statique de fixation rigide et effective des prix ne peut en fin de compte que se détruire lui-même parce que l'accroissement du nombre de ceux que protège la fixation des prix ramènera, à la longue les faibles bénéfices ou l'absence de bénéfices auxquels donnait lieu la réduction excessive des prix.

Il convient donc d'imposer certaines restrictions, une certaine réglementation pour ce qui est de l'entrée de nouveaux détaillants dans les industries protégées. Le projet est loin d'être nouveau.(2)

D'autres groupements ont préconisé de telles mesures soit la National Leather Goods and Saddlery Manufacturers' Association (*The Economist*, 8/5/1943), la Retail Fruit Trade Association et la Cosmetic and Toilet Preparations Trade Association of Great Britain (*The Economist*, 3/6/1944), la Electrical Contractors' Association (*The Economist*, 17/6/1944), la National Federation of Grocers' and Provision Dealers' Associations (*The Economist*, 16/9/1944).

Nous n'en sommes pas encore rendus tout à fait à ce point au Canada mais c'est la voie dans laquelle nous sommes engagés, semble-t-il. Les pharmaciens du pays s'efforcent déjà, — comme leurs représentants l'ont dit au Comité, — d'obtenir que certains produits ne soient vendus que dans les

(1) Drug Trade News, 13 septembre 1937, page 18.
(2) K.C. Johnson-Davies, Control in Retail Industry,1945, pages 7 et 8.

pharmacies. Ils y ont réussi dans certains cas. Qu'il nous soit permis d'en signaler un, qui intéresse grandement plusieurs d'entre nous qui ont de jeunes enfants.

Les épiciers du pays ne peuvent vendre les céréales pour enfants connues sous le nom de Pablum et de Pabena, dont le prix est fixé. Aux États-Unis, cependant, les neuf dixièmes des ventes de ces produits se font dans les épiceries. Ce serait bien commode pour nos mères canadiennes de pouvoir acheter ces céréales pour bébés en même temps qu'elles achètent à l'épicerie les provisions du reste de la famille. Or, nous ne pouvons pas le faire. Au début de 1950, la vente de ces céréales au Canada allait fléchissant. (Jusqu'alors c'étaient les pharmacies qui avaient vendu les produits en question.) En mai, de la même année, Mead Johnson and Company, de Belleville, Ontario, fabricants du Pablum et du Pabena, ont annoncé qu'ils "distribueraient leurs céréales pour bébés, le Pablum et le Pabena, aux épiciers détaillants par l'entremise de courtiers en aliments".(3)

La société venait à peine de l'annoncer que la décision a été annulée. La livraison du *Canadian Grocer* dans laquelle on faisait part de la nouvelle était encore sous presse que la société Mead, Johnson and Company décidait, à la suite des pressions exercées sur elle, de continuer à confier exclusivement aux pharmaciens la distribution du Pablum et du Pabena. La Canadian Pharmaceutical Journal de la même date publiait la nouvelle. Les pharmaciens n'ont pas caché les pressions qu'ils ont exercées sur les fabricants. Dès qu'on a su que Mead, Johnson and Company se proposait de modifier le mode de distribution de ses produits, on a envoyé des télégrammes aux principaux pharmaciens détaillants du pays pour leur faire part de la situation et les prier de télégraphier eux-mêmes au président de la société-mère, Mead, Johnson and Company, d'Evansville, Indiana. Le président de Mead, Johnson and Company a alors consenti à se rencontrer avec les représentants de l'Association des pharmaciens, à Toronto, le 25 avril 1950. Les pharmaciens rapportent qu'un mémoire présenté aux fabricants par le Board of Commercial Interests de la Canadian Pharmaceutical Association déclarait :

> Il n'y a aucun doute qu'en cessant de vendre ses produits par l'entremise exclusive des pharmaciens, la société Mead, Johnson and Company se mettra à dos une bonne partie des pharmaciens.(1)

A cette époque, Mead, Johnson and Company lançait sur le marché plusieurs nouveaux produits pharmaceutiques. Dans leurs négociations avec la compagnie au sujet de la distribution du Pablum et du Pablena, "les pharmaciens du pays ont bien fait comprendre qu'ils s'intéresseraient davantage aux nouveaux produits si Mead, Johnson and Company ne modifiait pas ses méthodes de distribution".(2)

En ce cas, les distributeurs de produits à prix fixés ont pu imposer des restrictions quant au nombre de ceux qui pourraient vendre aux consommateurs et protéger leurs bénéfices sans aucun souci de l'intérêt du public canadien.

III. *La fixation du prix de revente impose au public en général des sanctions et des désavantages beaucoup plus grands que les avantages plutôt douteux qu'elle assurerait aux marchands et aux fabricants.*

Ce qui précède avait trait à certains des désavantages dont est victime le public par suite du recours à la fixation du prix de revente. Nous ne croyons

(3) Canadian Grocer, 1er mai 1950.
(1) Western Druggist, mai 1950.
(2) Canadian Pharmaceutical Journal, 1er mai 1950.

pas qu'aucun secteur de l'économie retire de ce régime des avantages assez importants pour justifier les désavantages qu'il impose aux consommateurs.

On affirme souvent que la fixation du prix de revente protège le petit détaillant, qui, sans cette protection, serait acculé à la faillite par les entreprises plus considérables. Nous ne pouvons accepter cette théorie. Cette méthode ne donne selon nous au petit marchand qu'une protection illusoire. Nous reconnaissons que la majoration qui s'applique aux produits à prix fixés lui permet d'acquitter ses frais et lui assure certains bénéfices. Nous nous demandons toutefois si le petit détaillant comprend bien quel est l'effet de ces mêmes prix sur le reste de ses ventes.

La fixation du prix de revente d'un certain nombre de produits vendus par les grands détaillants leur assure des bénéfices et leur permet de demander moins cher que les petits détaillants pour les produits dont le prix n'est pas fixé. Ils attirent ainsi une clientèle qui est de la sorte perdue pour le petit détaillant.

Nous avons déjà signalé que le recours à la fixation du prix de revente augmente le nombre des entreprises qui vendent les produits à prix fixés. Nous ne songeons pas uniquement ici aux petits détaillants car dans leurs nouveaux rayons les magasins à succursales offrent en vente un certain nombre de produits à prix fixés (les succursales des grandes épiceries offrent en vente divers produits de toilette, pâte dentifrice, shampooings, etc.). Est-ce une bonne chose pour le commerce que cette augmentation des lieux de vente ? En une période comme celle que nous traversons, où les revenus sont élevés et où les ventes augmentent, il est difficile de convaincre le petit marchand qu'il y a danger pour son avenir. Cependant, à moins que les ventes ne continuent d'augmenter à un rythme au moins correspondant à l'augmentation des établissements de vente, le chiffre d'affaires de chaque détaillant ne peut que diminuer. Avec l'augmentation du prix de chaque article et la baisse des bénéfices, le petit détail perd tous les avantages de la fixation du prix de revente.

Certains détaillants, pour la plupart en affaires dans de petites collectivités, craignent que la suppression de la fixation du prix de revente ne les mette en butte à une guerre de prix prolongée. Nous ne croyons pas que cette crainte soit justifiée. Dans les petites collectivités le succès des détaillants dépend en grande partie de leur compétence individuelle et des services qu'ils rendent à leurs clients. Tous les marchands exploitent leur commerce dans les mêmes conditions : ils connaissent leurs clients, ils ont à peu près les mêmes frais généraux (ceux-ci dépendant de la compétence individuelle) et ont bien rarement les réserves financières requises pour mener une guerre de rabais prolongée. Les détaillants des petites collectivités urbaines ou rurales font face déjà à la concurrence des grands distributeurs qui vendent sur catalogue par la poste. Les marchands locaux, qui peuvent faire voir leurs marchandises aux clients et qui peuvent donner immédiatement satisfaction, auront toujours l'avantage sur les distributeurs exploitant des comptoirs postaux.

Les fabricants préconisent souvent la fixation du prix de revente parce qu'ils estiment multiplier de la sorte les endroits où se vendent leurs produits. Plus leurs produits seront mis à la vue des consommateurs, plus il y aura de ventes, pensent-ils. Nous savons que le succès de certaines méthodes nouvelles de ventes est dû en partie à ce principe. Toutefois, le fabricant ne peut multiplier le nombre de ceux qui vendent ses produits sans être obligé de relever le prix qu'il a fixé (pour couvrir les frais des détaillants à frais d'exploitation élevés). Le fabricant choisit donc de propos délibéré de mul-

tiplier des endroits de ventes plutôt que d'abaisser les prix, ce qui n'est certainement pas toujours à l'avantage du public. Nous estimons que même si la concurrence ne joue plus qu'imparfaitement, la baisse des prix amène encore un relèvement des ventes. Il est possible que des ventes plus nombreuses à prix moins élevé feraient plus que compenser les désavantages résultant de la diminution des endroits mis à la disposition du fabricant pour exposer ses produits.

On a affirmé devant le Comité que la fixation du prix de revente stabilise la production et l'emploi dans l'industrie manufacturière. Comment peut-il en être ainsi ? Ces ententes en vue de fixer les prix ont pour résultat que la baisse des revenus et le fléchissement qui s'ensuit dans la demande de certains produits n'amènent pas immédiatement une baisse du prix de ces articles. Les détaillants n'ont pas la faculté d'abaisser les prix dans l'espoir d'augmenter les ventes. Lorsque la demande varie, c'est donc le fabricant qui doit aviser aux mesures à prendre. Lorsque les revenus diminuent, c'est le fabricant qui ressent immédiatement tous les fléchissements dans la demande, sous le régime de la fixation des prix, et qui n'a d'autre solution immédiate que celle de réduire la production et de renvoyer des ouvriers. La fixation du prix de revente rend les prix plus rigides et cause ainsi des fluctuations plus marquées à l'échelon de la production.

Certains fabricants soutiennent qu'il faut fixer le prix des articles à marque de fabrique connue afin de se gagner la clientèle des consommateurs. Ce que les fabricants ont à faire pour s'assurer la clientèle des consommateurs c'est de produire des articles de bonne qualité et de maintenir cette qualité. Les consommateurs aiment les produits qui portent la marque de fabrique du fabricant (on les appelle parfois produits de marque). Nous aimons cette méthode parce que, pensons-nous, les fabricants qui vendent des articles revêtus de la marque de fabrique désirent fort créer un marché pour leurs produits et à cette fin s'efforcent d'en maintenir la qualité. Nous n'en voulons pas pour cela que le prix de tels produits soit fixé. Bien rares sont les consommateurs qui croiraient que la qualité de produits identiques à marque de fabrique bien connue varierait d'un magasin à l'autre simplement parce que le prix n'en serait pas le même. Le prix de bien des articles, de marque connue n'étant pas fixé varie actuellement d'un magasin à l'autre. Il est évident que les frais de distribution varient d'un établissement à l'autre et que le consommateur doit avoir le choix entre le magasin à frais généraux peu élevés (et à bas prix) et le magasin à frais généraux élevés (et à prix plus élevés).

Les fabricants de certains produits durables soutiennent qu'il leur faut fixer les prix de revente au consommateur afin d'assurer les services d'entretien qui s'imposent. Nous ne comprenons pas ce raisonnement. Les produits durables, les articles électro-ménagers notamment, sont aujourd'hui de haute qualité et ne requièrent pour la plupart aucune réparation avant une période assez longue. Ne serait-il pas à l'avantage du consommateur de payer moins cher les appareils qu'il achète et d'en défrayer lui-même l'entretien ou la réparation ? Il lui faut sous le régime actuel acquitter ces frais, que le besoin s'en fasse sentir ou non.

Nous avons remarqué que les témoins entendus par le comité ont constamment rappelé les dangers de la méthode dite de la vente à perte. Il y a eu confusion sur le sens du terme "vente à perte". Trop souvent, les témoins l'ont appliqué à ce que nous définirions par "concurrence de bon aloi dans le domaine des prix". Nous sommes tout déroutés par exemple par la déclaration

de M. Preston, représentant de la Canadian Pharmaceutical Association, qui déclare, comme on le lit à la page 151 des procès-verbaux de votre comité :

> Nous tenons pour certain que, dès l'interdiction par le Gouvernement de la fixation du prix de revente, chacun des articles dont le prix est actuellement fixé deviendra du jour au lendemain un article sacrifié.

Cette affirmation, comme bien d'autres qu'on a formulées au sujet de "l'article sacrifié", nous semble exagérée de propos délibéré. Nous comprenons cependant que certains petits détaillants craignent légitimement que de puissantes entreprises mieux pourvues en ressources s'engagent de propos délibéré dans une guerre de rabais impitoyable en vue de les ruiner. Le danger peut exister mais nous appelons votre attention et la leur sur l'article 498A du Code criminel selon lequel :

> Est coupable d'un acte criminel... toute personne... qui entreprend de vendre des marchandises à des prix déraisonnablement bas afin de détruire la concurrence ou d'éliminer un concurrent.

Nous ne nous opposons pas à ce que la loi devienne plus sévère s'il le faut afin d'empêcher le recours à une telle méthode ou à d'autres propres à supprimer la concurrence. Nous ne pouvons croire cependant que pour empêcher les grandes entreprises de ruiner injustement leurs concurrents plus petits, il faille supprimer toute concurrence à l'échelon de la vente au détail. C'est là ce que fait la fixation du prix de revente. S'il nous faut des lois pour sauvegarder la concurrence que ces lois la protègent vraiment !

Les arguments qui précèdent nous poussent à affirmer que la fixation du prix de revente n'offre pas à la longue aux fabricants ni aux détaillants des avantages assez marqués pour compenser les graves inconvénients qu'elle présente pour les consommateurs.

On a prétendu que la fixation du prix de revente est à l'avantage du consommateur parce qu'il peut établir plus facilement son budget puisque les prix ne varient pas d'un magasin à l'autre. Je ne crois pas qu'il y ait un seul consommateur qui ne soit prêt à reviser son budget à la nouvelle qu'il peut acheter une automobile au prix de $1,200 au lieu de $1,300. On affirme aussi que la fixation des prix de revente, en éliminant la guerre de rabais entre les distributeurs, permet aux détaillants d'assurer aux consommateurs de meilleurs services, et que cette concurrence dans les services remplace la concurrence des prix et protège convenablement l'intérêt du consommateur. La concurrence dans le domaine des services a cependant pour effet d'ajouter à la longue au prix que verse le consommateur. Nous sommes certains que les consommateurs préfèrent les bas prix variables aux prix élevés fixes et qu'ils préfèrent choisir à leur gré soit un magasin à prix peu élevés, soit un magasin qui offre des services plus complets.

En terminant, nous résumerons ainsi nos arguments :

> Nous nous opposons à la fixation du prix de revente parce que nous croyons
>
> 1. *Que la fixation du prix de revente tend à maintenir les prix à un niveau général plus élevé.*
>
> Elle institue un régime sous lequel les associations de détaillants pressent presque toujours les fabricants de leur accorder des majorations plus élevées. Elle leur permet, — puisque le fabricant, lui, a le droit

de fixer les prix, — de forcer tous les détaillants à se conformer à une politique de prix déterminés. Ces pressions tendent toujours à maintenir les prix à un niveau élevé, jamais à les réduire.

2. *Que restreindre le libre jeu du commerce c'est amener l'établissement d'un régime de lois et de punitions d'ordre privé.*

D'après les documents émanant de certaines associations de détaillants, nous pouvons conclure qu'ils disposent de moyens extrêmement efficaces pour appliquer les règlements qu'elles imposent elles-mêmes à l'égard de la fixation du prix de revente. Ces méthodes seraient illégales si le droit qu'a le fabricant de fixer ses prix ne leur servait de paravent. Le marchand particulier est donc privé du droit de fixer lui-même ses prix ; qu'il le veuille ou non, — pour employer la phrase riche de sens de M. McGregor, — "il cesse d'être acheteur au nom du consommateur pour devenir vendeur pour le compte du fabricant". S'il faut de la sorte supprimer la concurrence entre les détaillants, la plupart des Canadiens et nous-mêmes en particulier demanderons que l'État se charge, dans l'intérêt public de fixer les prix au lieu de groupements particuliers qui le font dans leur propre intérêt.

3. *Que restreindre le libre jeu du commerce restreint le nombre d'établissements de vente de même que l'entrée dans le commerce.*

Nous avons établi que tel a été le résultat en Angleterre, où la fixation du prix de revente est plus généralisée qu'ici. Certains signes indiquent que le Canada se dirige dans la même voie. Les associations de détaillants du Canada ne restreignent peut-être pas encore l'entrée dans le commerce de détail mais elles tentent déjà de réserver à leurs membres le droit de vendre certains produits.

4. *Que la fixation du prix de revente impose au public en général des sanctions et des désavantages beaucoup plus grands que les avantages plutôt douteux qu'elle assurerait aux marchands et aux fabricants.*

Nous avons fait un examen attentif de ces supposés avantages car nous ne voulons pas sembler indifférents à la prospérité de nos détaillants et de nos fabricants. Il nous faut cependant en venir à la conclusion que les avantages qui découleraient de la fixation du prix de revente sont en grande partie illusoires et certainement de courte durée. Nous ne croyons pas qu'à la longue cette méthode commerciale soit à l'avantage des petits détaillants vis-à-vis des grands ; nous ne croyons pas que le fabricant ait avantage à être de plus en plus sous la domination des associations de détaillants ; enfin, nous ne croyons pas que la fixation du prix de revente soit le seul ni même le meilleur moyen qui existe de protéger les petits détaillants contre les réductions ruineuses des prix (seule définition que nous puissions donner de l'expression "vente à perte").

Ce qui est essentiellement en cause ici, c'est la liberté de notre économie. Nous croyons que la fixation du prix de revente restreint cette liberté, rend notre économie plus rigide, diminue la liberté de chacun des marchands et empêche la réduction du prix des articles qui y sont assujettis. Elle prive le consommateur de la protection que lui assure la libre concurrence et l'expose à un régime particulier de fixation des prix. Nous croyons encore que la libre concurrence est

capable de régler les prix. S'il faut d'autres réglementations des prix, c'est le gouvernement qui doit les établir pour le bien de tous les Canadiens et non les groupements privés, pour leur bien propre.

Dans notre économie libre, la fixation des prix au moyen de coalitions est un délit : la fixation des prix par des groupements privés devrait également en constituer un.

Sur quoi donc un groupement privé peut-il s'appuyer pour réclamer un droit contraire aux principes fondamentaux de l'économie libre et reconnue d'un pays ?

Respectueusement soumis,

La présidente de l'Association canadienne des consommateurs.

MADAME W. R. WALTON.

APPENDICE D

MÉMOIRE

présenté au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

par la

SUCCURSALE DE L'ALBERTA DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

La succursale de l'Alberta de l'Association canadienne des consommateurs estime que la fixation des prix tend à maintenir à un niveau élevé les frais de distribution.

Nous sommes d'avis que le détaillant progressiste ne peut sous ce régime faire bénéficier le consommateur des économies réalisées, de façon à accroître ses ventes.

Selon nous, le consommateur devrait verser un prix qui correspond au coût du produit et aux services qu'il achète.

Généralement parlant, cette méthode maintient le prix de certains produits bien au dessus de ce que les consommateurs peuvent payer.

Respectueusement soumis

la présidente provinciale,
MADAME W. E. STEWART

APPENDICE E

ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS
(Succursale du Manitoba)

MÉMOIRE

présenté au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Novembre 1951.

MÉMOIRE PRÉSENTÉ AU COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION AUX COALITIONS

par

LA SUCCURSALE DU MANITOBA DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

La succursale du Manitoba de l'Association canadienne des consommateurs présente les arguments suivants contre la fixation du prix de revente, à laquelle la plupart des consommateurs de notre province s'opposent fortement.

1. L'histoire des institutions commerciales démontre que la libre concurrence est la seule sauvegarde du public contre l'exploitation. La suppression de la concurrence fait disparaître la protection dont bénéficie le public. La

fixation du prix de revente va à l'encontre de ce principe fondamental, un principe si fondamental que la loi s'efforce de supprimer les coalitions et les monopoles, un principe qui remonte au temps de la reine Élisabeth, alors que les tribunaux décidèrent que le monopole de la fabrication des cartes à jouer accordé par la reine à un courtisan allait en l'encontre du bien public et de ce fait était invalide.

2. La fixation des prix fraie la voie aux coalitions et aux monopoles. Lorsque les sociétés qui fabriquent un même produit sont en petit nombre, il leur est très facile de s'entendre verbalement pour en fixer le prix de base. Le maintien d'une coalition de fabricants est impossible sans la fixation du prix de détail.

3. La fixation des prix de revente exige une méthode d'application. Elle prend la forme de la réglementation des prix imposée par les entreprises privées. De plus, des sanctions frappent le détaillant qui ne respecte pas le prix fixé. Contre ces sanctions, il n'y a pas de recours devant les tribunaux. En outre, le Parlement n'a-t-il pas refusé d'établir un régime de réglementation des prix ? Pourquoi certains articles seraient-ils alors assujettis à la réglementation des prix, au choix des intérêts privés !

4. Dans son éditorial du 24 novembre, le Saturday Night expose avec concision une raison fondamentale de s'opposer à la fixation des prix de revente. Voici ce qu'il dit :

> Lorsque le fabricant fixe les prix, les détaillants groupés en associations ont tendance à exiger des marges de bénéfices plus élevées et à se contenter d'un moindre volume d'affaires. Lorsque les prix de détail se font concurrence, ils doivent accepter de plus faibles pourcentages de bénéfices et tenter d'augmenter leur débit.

5. La faculté de fixer les prix ouvre la voie aux profits exagérés dont la seule limite réside dans le prix que le fabricant estime pouvoir exiger du consommateur. Si la loi devait permettre cette pratique, il n'y aurait d'autre moyen de protéger le public contre les abus que d'imposer une taxe sur les excédents de bénéfices.

6. La marque de commerce doit son origine et son maintien à une réclame exagérée dont le consommateur fait les frais puisqu'elle constitue un élément du prix fixé. Le produit de bonne qualité se vendra à un prix en rapport avec cette qualité et en concurrence avec d'autres produits de même nature. Le prix n'est pas toujours un signe de qualité ; la preuve en a été faite aux dépens du consommateur.

7. En terminant, l'Association canadienne des consommateurs, division manitobaine, fait sienne la conclusion du rapport MacQuarrie selon laquelle "la fixation des prix de revente constitue une restriction réelle et indésirable imposée à la concurrence par des particuliers".

Signé au nom de la division manitobaine de l'Association canadienne des consommateurs par

La présidente,
MME C. K. NEWCOMBE

La secrétaire,
MLLE AVIS CLARK

APPENDICE F

ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

DIVISION ONTARIENNE

MÉMOIRE

présenté au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

par

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

Division ontarienne

Ottawa, Ont.

Le 30 novembre 1951.

Au Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes
chargé d'étudier le rapport intérimaire du comité MacQuarrie
sur la fixation des prix de revente.

Messieurs,

La division ontarienne de l'Association canadienne des consommateurs présente au Comité mixte chargé d'étudier le rapport intérimaire du Comité MacQuarrie sur la fixation des prix de revente, le rapport suivant :

Organisation

La division ontarienne de l'Association canadienne des consommateurs s'associe à l'organe national de l'Association canadienne des consommateurs pour présenter des observations au sujet de la "fixation des prix", pratique également connue sous le nom de "fixation des prix de revente".

Mesures prises

En apprenant que le Gouvernement avait décidé de confier l'étude de la fixation des prix de revente à un nouveau comité nous avons immédiatement écrit au très honorable Louis St-Laurent, premier ministre, à l'honorable Stuart Garson, ministre de la Justice, à l'honorable Douglas Abbott, ministre des Finances, à certains autres ministres de la Couronne et à tous les députés de l'Ontario au Parlement fédéral, les priant d'appuyer la législation projetée.

Trois mémoires

La division ontarienne de l'Association canadienne des consommateurs constituant la plus importante des divisions provinciales et la province d'Ontario étant, pour sa part, la plus importante des provinces industrielles et celle dont les industries sont le plus variées, ses membres estiment que la question les intéresse tout spécialement ; aussi, l'ayant longuement étudiée et lui ayant fait une large publicité, se prononcent-ils en faveur de la recommandation du comité MacQuarrie. Nous avons appuyé l'organe national de l'Association canadienne des consommateurs dans les trois mémoires qui ont déjà été présentés aux trois commissions officielles chargées d'étudier la question des

prix (la commission parlementaire ; la commission royale d'enquête sur les prix et le comité MacQuarrie). Chaque fois, nous avons réclamé l'adoption d'une mesure interdisant la fixation des prix.

La libre fluctuation des prix est essentielle

La division ontarienne estime que la *libre fluctuation des prix est essentielle* au maintien de l'entreprise libre au Canada ; elle est d'avis que la fixation des prix tourne au désavantage du consommateur.

Les femmes disposent de 85 p. 100 du pouvoir d'achat et de 51 p. 100 des suffrages

L'Association canadienne des consommateurs, fondée il y a quatre ans, a été organisée sur le plan national, provincial et régional. Nouvelle association de consommateurs en voie d'expansion, elle bénéficie de l'appui de 56 des plus importants groupements féminins du Canada. Les femmes, la chose est bien connue, ont entre leurs mains environ 85 p. 100 du pouvoir d'achat national et disposent en même temps de 51 p. 100 des suffrages.

Recherches

Grâce à des enquêtes, des études et des recherches, l'Association canadienne des consommateurs est aujourd'hui devenue le porte-parole autorisé de toutes les classes de consommateurs dont elle est aussi la représentante. Elle n'a aucun caractère politique, confessionnel, ou racial. Elle n'agit pas dans un but intéressé mais cherche à améliorer le niveau de vie de toutes les familles canadiennes.

La fixation des prix de revente porte préjudice au consommateur

A notre avis, la fixation des prix de revente dessert le consommateur. Notre opinion se fonde sur les raisons suivantes :

(*a*) Elle *élimine* la concurrence.

(*b*) Elle *a pour effet de restreindre* les quantités de marchandises que le consommateur peut obtenir au plus bas prix possible.

(*c*) Elle *joue* contre le client qui paie comptant.

(*d*) Elle *enlève* au consommateur la faculté de choisir librement le produit qu'il veut acheter.

(*e*) Elle *tolère* l'incompétence en matière de distribution.

(*f*) Elle *diminue l'intérêt* que le détaillant pourrait avoir d'instituer de nouvelles méthodes de distribution qui réduiraient ses frais et, par voie de conséquence, son prix de détail.

(*g*) Elle *protège* le fabricant, le grossiste et le détaillant aux dépens du consommateur.

(*h*) Le jeu de *l'offre* et la *demande* ne peut plus se faire de façon efficace puisque le fabricant peut *réglementer les approvisionnements* et *exiger un prix fixe.*

Observations générales

Situation actuelle des consommatrices

De nos jours, l'acheteuse ordinaire montre des signes de fatigue et de frustration, car bien qu'elle s'efforce de prévoir l'utilisation maximum de ses dollars elle n'en a pas moins le sentiment et la certitude que l'industrie ne

lui fournit ni la qualité, ni les normes, ni les services qu'elle serait en droit d'en attendre, étant donné les prix qu'elle doit payer. Quand elle achète pour le ménage et la famille, elle se heurte souvent à des pratiques injustes et inéquitables. Elle cherche à payer plutôt moins que plus et elle estime que la fixation des prix de revente *empêche* le détaillant de fournir bon nombre des services qu'exige le rigoureux régime de prix fixes aujourd'hui en vigueur. Elle est obligée de continuer à porter elle-même ses paquets tout comme durant la guerre. Les commerçants s'accrochent à la protection et aux avantages qui leur ont été accordés pendant la guerre et qui n'ont pas été suffisamment adaptés à la situation d'après-guerre, qu'il s'agisse, par exemple, du service de livraison du régime de la vente au comptant sans livraison, de la vente au comptant sans bénéfices pour l'acheteur qui paie comptant au lieu d'acheter à crédit.

La fixation des prix de revente entraîne la perte de la clientèle et des ventes.

Vu la fixation des prix, l'acheteuse est de moins en moins portée à aller faire ses achats en personne, car elle constate qu'elle peut tout aussi bien placer ses commandes par téléphone puisque le prix de denrées analogues ne subit pas de changement. Le commerçant s'apercevra que chaque commande téléphonique lui fait peut-être *perdre* plusieurs ventes, car avec ce régime il n'attire pas la cliente à son magasin.

Résistance de l'acheteuse

L'acheteuse doit se forger un véritable esprit de résistance : ne doit-elle pas continuellement faire face à des prix très élevés et ne se trouve-t-elle pas prise dans le tourbillon inflationniste. Elle constate que par la fixation des prix, le commerce s'efforce par tous les moyens de maintenir les prix à leur haut niveau actuel ; dans ces conditions, une longue période d'adaptation et de rectification devra peut-être s'écouler avant que s'établissent de bonnes et amicales relations avec la consommatrice.

Prix juste et équitable

Les commerçants doivent établir un prix à la fois *juste* et *équitable* fondé sur les prix de revient réels. Pour que notre économie se stabilise et échappe aux forces de destruction qui l'aissaillent de toutes parts, il faudra que le coût de la vie retrouve un niveau plus *normal* et plus *équilibré*. Cette fin ne pourra être atteinte que grâce à la collaboration de tous les échelons du commerce et tous les groupes de travail de l'industrie.

Le rapport entre la production et les prix n'est pas satisfaisant

L'industrie doit bien se rendre compte que les méthodes commerciales actuelles ne cadrent pas avec l'époque où nous vivons, celle de l'ère atomique. Lorsque les deux éléments les plus importants et les plus essentiels de notre régime alimentaire, le pain et le lait, tombent sous le coup de la fixation des prix, les consommateurs estiment avoir enduré à peu près tout ce qu'ils pouvaient supporter. Ils en ont réellement assez comme ils disent. On menacerait de supprimer les approvisionnements de lait parce que, à Ottawa une laiterie indépendante, tentant une expérience dans l'intérêt des consommateurs, réduit le prix de la pinte de lait vendue à son comptoir contre argent comptant et sans bénéfice de livraison. Pour pouvoir tenter cette expérience, il a fallu faire appel à la protection des tribunaux. Cet exemple montre bien

quelle puissance et quelle ampleur atteignent aujourd'hui les pratiques commerciales restrictives.

Libération des ententes restrictives

Les gouvernements, les fabricants, les détaillants doivent renoncer aux ententes restrictives, aux accords officieux, etc., conclus en vue de la fixation des prix et qui à l'heure actuelle réglementent les prix. Ils doivent se montrer vivement désireux d'accorder aux consommateurs une part des bénéfices qui découlent de la réduction des prix. Lorsque la nature nous favorise d'une abondante moisson, nous constatons que le consommateur bénéficie de moins en moins de l'aide qui pourrait lui venir de cette puissance créatrice. Le *prix minimum* est toujours en retard sur le *prix maximum ;* le consommateur est mécontent et à juste titre préoccupé, à l'annonce de nouvelles taxes sur les bénéfices, de voir les commerçants entrer immédiatement en scène et nier tout bénéfice en disant d'une seule voix que tout sera absorbé par le relèvement des salaires, les programmes d'expansion etc., etc., ou divers autres éléments, et s'écarter unanimement d'une réduction des prix en faveur des consommateurs. Ces façons de prévoir et de penser ne contribuent pas à l'établissement de bons rapports. L'acheteuse doit pouvoir se procurer ce dont elle a besoin au plus bas prix possible. *Si la méthode est bonne, les prix seront équitables.*

Contrôle des prix

Nous espérons, messieurs, que ni le Gouvernement ni le consommateur n'auront besoin, lorsque la mesure projetée aura été adoptée, d'assurer la surveillance ou le contrôle permanents des prix dans les magasins pour empêcher le retour des anciennes pratiques en matière de fixation des prix. Au lieu de cela, que tous les groupes de commerçants acceptent promptement les modifications nécessaires et qu'ils étudient les moyens d'améliorer les services qu'ils offrent à leur *meilleur client* — "l'acheteuse".

Tout délai du rapport profite aux commerçants

Nous sommes heureux de constater que les membres de la Chambre de Commerce et ceux du commerce de détail n'ont pas tous approuvé la décision prise par le Gouvernement de retarder l'examen du projet de loi visant la fixation des prix de revente. Le bref délai jugé nécessaire pour recueillir de nouveaux témoignages sur la fixation des prix de revente a fourni aux commerçants l'occasion de réduire les prix et de se débarrasser de certains articles qui s'entassaient parce que depuis quelque temps les consommateurs ont restreint leurs achats. Depuis, les achats qu'entraîne la fête de Noël les aideront encore à écouler des produits qui se vendent lentement.

Nouveau départ

Nous espérons qu'avec l'Année nouvelle s'amorcera un nouveau départ vers la mise en ordre de notre régime de prix de vente, que ce régime prévoira nombre de nouveaux services, de nouveaux avantages pour le consommateur.

Par l'intermédiaire de l'Association canadienne des consommateurs, les femmes canadiennes s'efforcent d'apporter une contribution intelligente et responsable à la vie économique de notre pays et de résoudre certains des problèmes qui se posent à la nation canadienne. Nous invitons le Gouvernement

et les hommes d'affaires à s'élever à la hauteur des exigences de notre époque et à donner au Canada les éléments d'une meilleure paix mondiale, de la prospérité et de l'abondance gages du bien-être futur de tous les citoyens.

Direction éclairée

L'Association canadienne des consommateurs continuera d'assurer à tous les membres des organismes nationaux et à leurs affiliés qui se tourneront vers elle comme vers un porte-parole autorisé le bénéfice d'une sage direction. Fidèle à ses engagements et résolue à les respecter, l'Association canadienne des consommateurs, s'appuyant sur toutes ses divisions, atteindra les fins que son organisation se propose et qui figurent ci-dessous :

Article 2, Constitution — Association canadienne des consommateurs.

Objet :

(*a*) Unir les consommateurs en vue d'améliorer le niveau de vie des foyers canadiens.

(*b*) Etudier les problèmes des consommateurs et formuler des vœux en vue de leur solution.

(*c*) Diffuser des renseignements sur les questions intéressant les consommateurs, recueillir des opinions et en apprécier la valeur.

(*d*) Porter les vues des consommateurs à la connaissance des gouvernements, du commerce, de l'industrie et assurer la liaison entre eux et les consommateurs.

Le tout respectueusement soumis par

Mme CLIFTON GRABAN

Présidente de la division ontarienne
de l'Association canadienne des consommateurs.

213, rue Wilbrod,
Ottawa, Ont.

APPENDICE G

MÉMOIRE ADRESSÉ AU COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

par

LA DIVISION DU NOUVEAU-BRUNSWICK DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

Le Bureau exécutif de la division du Nouveau-Brunswick de l'Association canadienne des consommateurs dont nous sommes les porte-parole appuie énergiquement le gouvernement fédéral en ce qui concerne la mesure projetée relative à la fixation des prix de revente.

L'économie du Canada repose sur la concurrence ; aussi le détaillant doit-il pouvoir permettre au consommateur de partager les bénéfices découlant de la réduction des prix que pourrait entraîner la concurrence.

De plus, en démocratie, il ne devrait être permis à aucun particulier ou groupe de particuliers de faire des lois et de les imposer.

Le tout respectueusement soumis par

Mme V. E. FALKJAR,
présidente de la division du Nouveau-Brunswick de l'Association canadienne des consommateurs.

Mme JESSIE I. LAWSON,
secrétaire de la divison du Nouveau-Brunswick de l'Association canadienne des consommateurs.

Saint-Jean, (N.-B.),
29 novembre, 1951.

APPENDICE H

MÉMOIRE ADRESSÉ AU COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

par

LA DIVISION DE LA SASKACHEWAN DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS

La division de la Saskatchewan de l'Association canadienne des consommateurs, d'accord avec l'organe national de cette association, s'élève depuis longtemps contre la pratique adoptée par de nombreux fabricants et qui consiste à fixer un prix de revente minimum que les détaillants ne peuvent réduire sans risquer de voir supprimer leurs approvisionnements ou d'autres mesures disciplinaires.

De l'avis de l'A.C.C. cette pratique est injuste, contraire aux principes d'une saine économie et l'un des éléments de la hausse du coût de la vie. Par l'intermédiaire de notre Association nationale nous n'avons cessé de réclamer une loi qui rende cette pratique illégale. Nous renouvelons encore une fois cette requête.

Après avoir examiné le rapport du comité MacQuarrie et les vœux qu'il a formulés nous tombons d'accord sur l'opinion fondamentale qu'ils expriment. En résumé ces vœux affirment que la fixation des prix de revente constitue une restriction indésirable à la concurrence qu'elle résulte d'accords d'ordre privé. Elle tend à décourager la compétence dans le domaine économique. Elle est la manifestation d'une pratique restrictive et monopolisatrice. Elle ne favorise pas le bien-être général. Elle gagne sans cesse du terrain. Pour ces raisons et d'autres encore, le comité MacQuarrie a recommandé de rendre cette pratique illégale, vœu auquel nous nous associons.

La division de la Saskatchewan de l'A.C.C. demande instamment que des mesures pour rendre illégale cette pratique, soient prises dans le plus bref délai possible, au cours même de la session actuelle du Parlement si faire se peut.

Le tout respectueusement soumis par

la présidente provinciale,

Mme C. M. SUGGITT.

APPENDICE I

ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS
(Division anglaise de Québec)

MÉMOIRE

présenté au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Novembre, 1951.

MÉMOIRE ADRESSÉ AU COMITÉ MIXTE POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

par

LA DIVISION ANGLAISE DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSOMMATEURS DANS QUÉBEC

La division anglaise de l'Association canadienne des consommateurs dans Québec déclare devant le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions qu'elle s'élève contre la pratique actuelle de la fixation des prix de revente. Elle se fait ainsi le porte-parole de ses vingt-sept sections locales, et dans la mesure où il est possible de le constater, de la totalité de ses 1,800 membres : une circulaire exposant complètement les raisons de notre attitude leur a été adressée, mais aucun n'a pris le contre-pied de notre point de vue.

Notre association provinciale estime que la pratique de la fixation des prix de revente constitue une violation des principes qui sont à la base de notre régime de liberté du commerce, violation qui suffit à condamner cette pratique, quels que soient par ailleurs les arguments d'opportunité et de protection de groupes que l'on puisse faire valoir en sa faveur. Nous prétendons que même dans l'hypothèse la plus favorable, la pratique de la fixation des prix de revente fait naître pour les industries qui l'emploient des condi-

tions et des tentations qui favorisent les monopoles et qu'elle substitue la décision personnelle d'un particulier au jeu normal de la libre concurrence. Envisagée sous son aspect le plus défavorable, elle exploite le consommateur à faibles revenus en lui imposant des prix qui ne correspondent aucunement aux frais généraux réels de son détaillant local. Pour le consommateur plus aisé, la fixation des prix de revente peut n'avoir qu'une nocivité toute théorique ; elle est franchement nocive quand elle atteint ceux pour qui de légères économies revêtent une grande importance, vu leurs revenus moyens ou faibles.

Nous tenons, à titre de consommateurs, à protester contre les allégations selon lesquelles la ménagère préférerait acheter des denrées à prix fixes. Nous n'avons rien relevé qui témoigne d'une attitude si bizarre chez les consommateurs qui, à l'heure actuelle, tendent désespérément leur budget pour se procurer l'essentiel et qui jugent un article d'après les qualités qu'ils ont appris à lui reconnaître et non en fonction des fluctuations de son prix. En interrogeant nos membres, nous avons constaté qu'aucun consommateur ne préfère le régime onéreux de services qu'ils n'ont pas demandé à la concurrence des prix qui constitue, ils le savent bien, leur principale protection contre la concurrence en général.

A titre de consommateurs et pour un grand nombre à titre de femmes de détaillants, nous tenons au maintien du petit détaillant. Toutefois, nous estimons qu'on ne peut sans danger s'éloigner, de par la décision d'un groupe, s'agirait-il même de protéger le groupe intéressé, des principes qui, tout en assurant la protection du public, favorisent en même temps le développement de la compétence et du progrès à l'intérieur de notre économie de concurrence. Le consommateur dût-il bénéficier de cette pratique, — ce qui, à notre avis, n'est généralement pas le cas, — nous estimons que la liberté du commerce, la confiance légitime des consommateurs dans le libre jeu de la concurrence qui est leur protection et leur droit à bénéficier des économies que le détaillant réalise dans la gestion de son exploitation importent plus, au fond, qu'un avantage temporaire reposant sur de faux principes.

De par ses rapports avec le consommateur, le détaillant est tout autant l'agent du consommateur que celui du fabricant. Ce n'est qu'en jouant ce rôle à l'égard du consommateur que le détaillant peut gagner sa confiance et connaître la prospérité. Ce code se trouve enfreint lorsque le détaillant est obligé de vendre des articles de "marque" à un prix qui excède ses marges normales de bénéfices, dans le dessein exclusif de conférer un certain lustre aux produits de "marque" de certains fabricants.

Nous prétendons, pour conclure, que la fixation des prix de revente se traduit par l'exploitation de ceux-là mêmes qui en profitent puisque, en définitive, nous sommes tous consommateurs. Nous soutenons que sa mise hors la loi n'entraînerait aucun préjudice réel, les craintes exprimées par ses partisans s'inspirant surtout de conjectures dénuées de réels fondements, et que le maintien de cette pratique occasionnerait sa rapide et dangeureuse expansion au sein de notre économie. Pour ces raisons nous prions instamment le Comité mixte d'enquête sur les coalitions de recommander la suppression immédiate de la fixation des prix de revente.

Le tout respectueusement soumis par
la présidente provinciale de
l'Association canadienne des consommateurs,

MME H. E. VAUTELET

APPENDICE J

WOODWARD STORES LTD.
Vancouver (C.-B.) Canada

Téléphone Tatlow 5231—Câble-adresse "Woodwards"

Dans la réponse, rappeler les initiales REF

M. James Sinclair, député,
Président
Comité spécial
Hôtel du gouvernement
Ottawa.
Monsieur,

Depuis nombre d'années, l'entreprise Woodward cherche, par tous les moyens dont elle dispose, à conduire son affaire de façon à offrir à ses clients la meilleure marchandise aux plus bas prix possibles. Tel est, à notre sens, l'objet principal du marchand. La fixation des prix, cependant, fait que le marchand ne peut abaisser ses prix au-dessous d'un minimum fixé de façon arbitraire et elle rend de nul effet sa recherche constante de nouvelles techniques qui lui permettraient de vendre meilleur marché. Nous appuyons donc sans réserve le comité MacQuarrie quand il se prononce contre la fixation du prix de revente.

L'expérience nous a enseigné que les intérêts des entreprises sont le mieux servis lorsqu'on place au premier rang les intérêts du public. Si la fixation des prix profite à quelqu'un, ce n'est pas au consommateur.

Il se peut que certains fabricants profitent de ce qu'ils peuvent exiger pour leur produit un prix établi d'avance quelle qu'en soit la qualité. Il se peut que certains détaillants profitent des restrictions apportées à la concurrence efficace. Mais il est certain aussi que le consommateur est souvent privé des économies qu'il aurait pu réaliser grâce à l'efficacité que seule la concurrence peut faciliter.

Les méthodes de concurrence dans la vente de marchandises au public sont une arme puissante contre l'inflation.

Le Canada compte plusieurs sortes de magasins de détail. Il y a ceux où les clients se servent eux-mêmes afin de réaliser des économies et ceux où un vendeur s'occupe de remplir leurs commandes.

Il y a des magasins où les clients peuvent passer leurs commandes par téléphone, faire livrer la marchandise, acheter à crédit, en payant le même prix qu'au comptant, et l'on trouve des magasins n'offrant aucun de ces avantages.

Est-il raisonnable d'obliger tous ces établissements, indépendamment des services qu'ils offrent et de frais généraux entièrement différents, à vendre leurs produits au même prix, c'est-à-dire au prix le plus élevé possible ?

Toute notre économie canadienne est liée à un régime d'entreprise libre.

C'est le fondement de notre doctrine politique.

Le simple citoyen y croit. Il pense que le libre jeu de la concurrence et la loi de l'offre et de la demande finiront tôt ou tard par chasser le spectre

de l'inflation. Figer la concurrence en matière de ventes, c'est l'antithèse même de la libre entreprise. C'est pour ces raisons que depuis soixante ans nous nous y opposons en principe et dans la pratique. Nous nous efforçons de vendre des marchandises d'une manière efficace et nous nous contentons des bénéfices minimums compatibles avec la bonne marche de nos affaires. Voilà aussi l'objectif des fabricants avec qui nous faisons des affaires et qui ont assuré à leurs produits une réputation enviable reconnue à la fois par les détaillants et les consommateurs. Il n'est pas plus dans l'intérêt du détaillant que du fabricant de vendre des marchandises acceptables, sans y trouver son profit. Entrant en libre concurrence avec d'autres marques, un produit finit toujours par trouver son propre niveau et le fabricant qui s'est mérité un bon nom continuera de jouir de la clientèle des consommateurs.

De nombreux produits dont les prix de revente ne sont pas fixés par les fabricants se vendent avec succès et bénéfices depuis longtemps. Il n'y a aucune raison pour que les marchandises qui se vendent aujourd'hui à prix fixes ne se vendent pas aussi bien lorsqu'elles seront soustraites aux restrictions imposées à la revente. Beaucoup de nos marchandises ne sont pas assujetties à la fixation des prix ; toutefois, la méthode gagne du terrain et dans la même mesure l'aiguillon de la concurrence disparaît. Ainsi se généralisent également les allocations exagérées de reprise, les primes et récompenses offertes en contre-partie d'achats importants afin de donner l'illusion d'un supplément de valeur. Les saines pratiques commerciales exigent que les économies réalisées grâce à l'efficacité des méthodes de vente soient directement transmises au public.

Le mémoire ci-dessus est respectueusement soumis à votre examen.

(signé) W. WOODWARD.

APPENDICE K

Motifs du jugement rendu en Cour supérieure de Montréal dans l'affaire C. Duquette et al contre Chas. E. Froost & Co.

CONSIDÉRANT que l'envoi d'un catalogue comme celui produit, comme pièce à l'appui P-11, par l'intimée aux requérants nommément constitue une pollicitation ou offre de vente et que la vente peut devenir parfaite par l'envoi de la commande ;

CONSIDÉRANT cependant que cette offre de vente était faite à condition que l'acheteur vende les produits achetés de l'intimée aux prix indiqués dans le dit catalogue, et que les requérants connaissaient cette condition et s'y étaient conformés depuis une vingtaine d'années ;

CONSIDÉRANT que si cette condition est légale, l'intimée avait droit de refuser la commande vu la violation de cette clause par les requérants en vendant certains produits de l'intimée à des prix moindres que ceux indiqués dans le catalogue, et que si cette clause est illégale, le contrat qui en dépend est nul et de nul effet, et les requérants n'en peuvent demander l'exécution par un ordre de cette Cour ;

CONSIDÉRANT d'ailleurs que les principales conclusions de la requête pour injonction ne sont pas conformes aux dispositions de l'article 957 C.C., qui ont pour but d'empêcher la commission d'un acte ou sa continuation,

mais non de demander l'exécution de certains actes déterminés et que les autres conclusions ne sont pas, pour le moment, du domaine de cette Cour ;

CONSIDÉRANT que le tort causé aux requérants, s'il existe, n'est ni sérieux, ni irréparable et qu'ils ont un recours approprié ou efficace par l'action en dommages qui leur compète si l'intimée ne s'est pas conformée à l'engagement auquel elle était tenue ;

CONSIDÉRANT que la *balance des inconvénients* serait plutôt au détriment de l'intimée dont toute la politique et organisation commerciale établies depuis cinquante ans seraient grandement ébranlées, sinon détruites, par un ordre d'injonction tel que demandé par la requête ;

CONSIDÉRANT que la demande d'injonction, si elle est accordée, aurait pour effet de décider du bien-fondé de la cause en ordonnant l'exécution d'un contrat, c'est-à-dire précisément ce que les requérants cherchent à obtenir par l'action qui doit accompagner l'ordre d'injonction ;

CONSIDÉRANT que la requête des requérants est mal fondée tant en fait qu'en droit :

POUR CES MOTIFS : —

RENVOIE la dite requête, avec dépens.

J. C. S.

CHAMBRE DES COMMUNES

Cinquième session de la vingt et unième législature
1951
(Seconde session)

COMITÉ MIXTE DU SENAT
ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES

pour l'étude de

LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

Présidents conjoints: L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur,
et M. James Sinclair, député.

PROCÈS-VERBAUX ET TÉMOIGNAGES
Fascicule no. 15

SÉANCE DU VENDREDI 7 DÉCEMBRE 1951

COMPRENANT LE SECOND ET DERNIER RAPPORT

OTTAWA
EDMOND CLOUTIER, C.M.G., O.A., D.S.P.
IMPRIMEUR DE SA TRÈS EXCELLENTE MAJESTÉ LA REINE
CONTRÔLEUR DE LA PAPETERIE
1951

ERRATUM

Les renseignements que l'Association canadienne des fabricants d'appareils électriques a présentés au Comité, le 30 novembre, et qui constituaient l'Appendice "G2" aux procès-verbaux et témoignages du lundi 3 décembre, comportent des pourcentages relatifs aux profits et pertes. Le mémoire, tel qu'il figure à l'Appendice, n'indique pas quels chiffres représentent les pertes, de sorte que le lecteur est porté à croire qu'il s'agit uniquement de "profits".

Le mémoire complet, comportant les corrections de manière à bien indiquer les pourcentages des "pertes", figure à nouveau à l'*Appendice E* aux procès-verbaux et témoignages de la séance d'aujourd'hui.

RAPPORT SOUMIS AU SÉNAT ET À LA CHAMBRE DES COMMUNES

LE VENDREDI, 7 DÉCEMBRE, 1951.

Le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions a l'honneur de présenter son

SECOND ET DERNIER RAPPORT

Le Comité, ayant étudié conformément à l'ordre de renvoi le rapport intérimaire sur la fixation des prix de revente du comité chargé d'étudier la loi des coalitions, recommande à la Chambre et au Sénat qu'un bill rédigé dans le même sens que le bill ci-annexé soit présenté afin de donner suite aux vœux dudit rapport.

Certains groupements qui ont comparu devant le Comité ont exprimé l'opinion qu'une des conséquences de l'interdiction de la fixation des prix de revente sera de permettre à de vastes et puissantes entreprises de détail d'adopter un programme de vente de marchandises à des prix excessivement bas aux fins de ruiner le détaillant indépendant. Le Comité ne croit pas que, dans les conditions présentes, il y ait forte probabilité d'adoption de tels programmes, mais il recommanderait que le gouvernement, si de tels programmes étaient mis à exécution, applique avec rigueur l'article 498A du Code criminel, qui se lit ainsi qu'il suit :

"Est coupable d'un acte criminel et passible d'une amende d'au plus mille dollars ou d'un mois d'emprisonnement, ou, s'il s'agit d'une corporation, d'une amende d'au plus cinq mille dollars, toute personne engagée dans le commerce ou l'industrie qui

(a) Est partie intéressée ou participe, ou aide à une opération de vente qui établit, à sa connaissance, une discrimination à l'encontre de concurrents de l'acheteur en ce qu'un escompte, un rabais ou une allocation est accordée à l'acheteur en plus de tout escompte, rabais ou toute allocation disponible lors de ladite transaction pour les concurrents susdits à l'égard d'une vente de marchandises de qualité et de quantité semblables ;

Toutefois, les dispositions du présent alinéa n'empêchent pas une société coopérative de remettre aux producteurs ou aux consommateurs, ou une société coopérative de gros de remettre à ses membres qui font le commerce du détail, la totalité ou une partie du surplus net réalisé dans ses opérations commerciales en proportion des achats faits ou des ventes de la société ;

(b) Entreprend de vendre des marchandises dans une région du Canada à des prix inférieurs à ceux qu'exige ce vendeur ailleurs au Canada, afin de détruire la concurrence ou d'éliminer un concurrent dans cette partie du Canada ;

(c) Entreprend de vendre des marchandises à des prix déraisonnablement bas afin de détruire la concurrence ou d'éliminer un concurrent. 1935, chap. 56, art. 9.

Le Comité est d'avis que si d'autres pratiques cupides d'abaissements de prix se produisent, pratiques dont il est actuellement impossible de prévoir la possibilité ou la nature, le Gouvernement devrait alors songer à saisir le Parlement de nouveaux amendements à la Loi des enquêtes sur les coalitions ou au Code criminel afin d'interdire ces autres pratiques cupides d'abaissements de prix et d'imposer des peines appropriées en cas d'infraction.

Un exemplaire des procès-verbaux et témoignages du Comité est annexé au présent rapport.

Le tout respectueusement soumis.

Les Présidents conjoints,

A.-L. BEAUBIEN
JAMES SINCLAIR

BILL PROPOSÉ

Loi modifiant la Loi des enquêtes sur les coalitions.

Sa Majesté, sur l'avis et du consentement du Sénat et de la Chambre des Communes du Canada, décrète :

1. La *Loi des enquêtes sur les coalitions,* chapitre vingt-six des Statuts revisés du Canada, 1927, est modifiée par l'insertion de l'article suivant, immédiatement après l'article trente-sept :

Définition : "marchand".

"37A (1) Dans le présent article, l'expression "marchand" signifie une personne dont les opérations consistent à fabriquer, fournir ou vendre quelque article ou produit.

Fixation du prix de revente.

(2) Nul marchand ne doit directement in indirectement, par entente, menace, promesse ou quelque autre moyen, astreindre ou engager une autre personne, ni tenter d'astreindre ou d'engager une autre personne, à revendre un article ou produit

(*a*) à un prix spécifié par le marchand ou établi par entente,

(*b*) à un prix non inférieur à un prix minimum spécifié par le marchand ou établi par entente,

(*c*) moyennant une majoration ou un rabais spécifié par le marchand ou établi par entente,

(*d*) moyennant une majoration non inférieure à une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente,

que cette majoration ou rabais, ou majoration minimum ou rabais maximum, soit exprimée en pourcentage ou autrement.

Refus de vendre ou de fournir des marchandises.

(3) Nul marchand ne doit refuser de vendre ou de fournir un article ou produit à une autre personne pour le motif que celle-ci

(*a*) a refusé de revendre ou d'offrir en revente l'article ou le produit

(i) à un prix spécifié par le marchand ou établi par entente,

(ii) à un prix non inférieur à un prix minimum spécifié par le marchand ou établi par entente,

(iii) moyennant une majoration ou un rabais spécifié par le marchand ou établi par entente,

(iv) moyennant une majoration non inférieure à une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente, ou

(*b*) a revendu ou offert de revendre l'article ou le produit

(i) à un prix moindre qu'un prix ou un prix minimum spécifié par le marchand ou établi par entente,

(ii) moyennant une majoration inférieure à une majoration ou une majoration minimum spécifiée par le marchand ou établie par entente.

Sanction pénale.

(4) Quiconque enfreint le paragraphe deux ou le paragraphe trois est coupable d'un acte criminel et encourt, sur condamnation, une amende d'au plus dix mille dollars ou un emprisonnement de deux ans, ou, s'il s'agit d'une corporation, une amende d'au plus vingt-cinq mille dollars.

Enquête.

(5) Le Commissaire a qualité pour ouvrir et conduire une enquête sur toute matière dont il estime nécessaire de s'enquérir en vue de décider si le présent article a été enfreint ou de décider si l'on est à enfreindre ledit article et pour présenter en l'espèce un rapport écrit au Ministre. A ces fins, le Commissaire a les pouvoirs, l'autorité, la juridiction et les devoirs que la présente loi, y compris les articles seize et dix-sept, lui attribue en ce qui concerne une enquête sur la question de savoir si une coalition existe ou est en cours de formation.

Rapport.

(6) Le rapport d'une enquête prévue par le présent article doit être traité de la même manière qu'un rapport d'enquête ou investigations aux termes de la présente loi sur la question de savoir si une coalition existe ou est en cours de formation".

2. La partie du paragraphe deux de l'article trente-neuf-A de ladite loi, qui précède l'alinéa (*a*), est abrogée et remplacée par ce qui suit :

Preuve :

(2) Dans une poursuite en vertu de l'article trente-deux *ou trente-sept-A* de la présente loi ou sous le régime de l'article quatre cent quatre-vingt-dix-huit ou de l'article quatre cent quatre-vingt-dix-huit-A du *Code criminel.*

ADDITIF

Dans le procès-verbal du jeudi 29 novembre 1951, page 417, ajouter le nom de M. Croll à la liste des membres de la Chambre des communes présents à la séance.

PROCÈS-VERBAL

LE VENDREDI, 7 DÉCEMBRE, 1951.

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à 10 heures et demie du matin. L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents ; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Burchill, Dupuis, Golding, Hawkins, Horner.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Blair, Boucher, Carroll, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Mme Fairclough, MM. Fleming, Fulton, Garson, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher, Welbourn.

Conformément au deuxième vœu contenu dans le cinquième rapport du sous-comité du programme et de la procédure et qui a été adopté le 5 décembre, le Comité procède à l'examen de l'avis de motion de M. Croll relativement aux articles sacrifiés.

A midi et 5 minutes, le public est exclus de la salle et le Comité poursuit ses délibérations à huis clos.

Le Comité aborde l'examen de l'avant-projet de loi que M. T. D. MacDonald a déposé le 14 novembre et qui constitue l'*Appendice A* aux procès-verbaux et témoignages de ce jour-là.

M. Stuart propose que le Comité présente à la Chambre le second et dernier rapport suivant :

Conformément aux instructions qu'il a reçues, le Comité ayant étudié le rapport intérimaire sur la fixation des prix de revente du comité chargé d'étudier la législation relative aux coalitions, recommande à la Chambre et au Sénat la présentation d'une mesure rédigée dans le sens du bill ci-annexé, afin de donner suite aux vœux dudit rapport.

Certains groupements qui ont comparu devant le Comité ont exprimé l'opinion d'après laquelle l'interdiction de la fixation des prix de revente permettra notamment, à de vastes et puissantes entreprises de détail d'adopter un programme de vente de marchandises à des prix excessivement bas aux fins de ruiner le détaillant indépendant. Le Comité ne croit pas que, dans les circonstances actuelles, l'adoption de tels programmes soit à redouter, mais il exhorte le Gouvernement, advenant la mise à exécution de tels programmes, d'appliquer avec rigueur l'article 498A du Code criminel qui se lit ainsi qu'il suit :

> Est coupable d'un acte criminel et passible d'une amende d'au plus mille dollars ou d'un mois d'emprisonnement, ou, s'il s'agit d'une corporation, dune amende d'au plus cinq mille dollars, toute personne engagée dans le commerce ou l'industrie qui

(*a*) Est partie intéressée ou participe, ou aide à une opération de vente qui établit, à sa connaissance, une descrimination à l'encontre de concurrents de l'acheteur en ce qu'un escompte, un rabais ou une allocation est accordée à l'acheteur en plus de tout escompte, rabais ou toute allocation disponible lors de ladite transaction pour les concurents susdits à l'égard d'une vente de marchandises de qualité et de quantité semblables ;

Toutefois, les dispositions du présent alinéa n'empêchent pas une société coopérative de remettre aux producteurs ou aux consommateurs, ou une société coopérative de gros de remettre à ses membres qui font le commerce du détail, la totalité ou une partie du surplus net réalisé dans ses opérations commerciales en proportion des achats faits ou des ventes de la société ;

(*b*) Entreprend de vendre des marchandises dans une région du Canada à des prix inférieurs à ceux qu'exige ce vendeur ailleurs au Canada, afin de détruire la concurrence ou d'éliminer un concurrent dans cette partie du Canada ;

(*c*) Entreprend de vendre des marchandises à des prix déraisonnablement bas afin de détruire la concurence ou d'éliminer un concurrent. 1935, c. 56, art. 9.

Le Comité est d'avis que si d'autres pratiques cupides d'abaissement de prix se produisent, pratiques dont il est actuellement impossible de prévoir la possibilité ou la nature, le Gouvernement devrait alors songer à saisir le Parlement de nouveaux amendements à la loi des enquêtes sur les coalitions ou au Code criminel afin d'interdire ces autres pratiques cupides d'abaissement de prix et d'imposer des peines appropriées en cas d'infraction.

M. Croll propose comme amendement que les vœux que renferme le deuxième alinéa et ceux qui suivent soient rayés et remplacés par les suivants :

1. Nul marchand ne doit, directement ou indirectement, vendre ou offrir en vente un article à un prix inférieur au prix coûtant majoré de 5 p. 100.

2. Que la disposition précitée ne vise pas les ventes suivantes :

(*a*) ventes de marchandises avariées ou de soldes de marchandises discontinués ou hors saison ;

(*b*) ventes de marchandises pour œuvres de charité ou sociétés de secours ;

(*c*) ventes de denrées périssables qui doivent être écoulées promptement afin d'éviter qu'elles ne se gâtent et entraînent une perte ;

(*d*) ventes de marchandises à l'occasion d'une vente d'écoulement authentique à condition qu'elles soient annoncées, marquées et vendues comme telles ;

(*e*) ventes de marchandises à l'occasion de la liquidation d'un commerce, pourvu qu'elles soient annoncées, marquées et vendues comme telles ;

(*f*) ventes de marchandises sous l'empire de la loi de faillite ou des liquidations ou par injonction du tribunal.

3. "Prix coûtant" signifie le prix facturé à un marchand reconnu ou le prix de remplacement, selon celui des deux qui est le plus bas, moins les remises pour paiement au comptant ou les achats par quantité, plus les droits d'accise et les taxes de vente, s'il en est.

4. L'expression "directement ou indirectement" vise ceux qui cherchent à éluder la loi au moyen de

(*a*) ventes combinées de marchandises,

(*b*) allocations exagérées de reprise,

(*c*) réductions de prix dissimulées au moyen de primes, de remises et autres pratiques commerciales, comme "l'article sacrifié".

5. Que tous ces actes soient considérés comme délits passibles de peine, conformément à l'article du Code criminel visant les condamnations sommaires.

A midi et 45 minutes, le Comité suspend la séance jusqu'à trois heures de l'après-midi.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes pour l'étude de la législation relative aux coalitions se réunit à huis clos à 3 heures de l'après-midi. L'honorable A.-L. Beaubien, sénateur, et M. James Sinclair, député, présidents conjoints, sont présents ; au fauteuil, M. Sinclair.

Aussi présents :

Représentants du Sénat : Les honorables sénateurs Aseltine, Burchill, Dupuis, Golding, Hawkins.

Représentants de la Chambre des communes : MM. Blair, Boucher, Carter, Cauchon, Croll, Dickey, Fleming, Fulton, Harrison, Hees, Jutras, MacInnis, Mott, McLean (*Huron-Perth*), Roberge, Shaw, Stuart (*Charlotte*), Thatcher, Welbourn.

Le Comité reprend l'examen de la motion de M. Stuart et de l'amendement à cette motion proposé par M. Croll.

Mis aux voix, ledit amendement est repoussé.

M. Fulton propose alors, à titre d'amendement à la motion de M. Stuart, que tous les mots qui suivent *le Comité,* dans le rapport qu'on propose de soumettre à la Chambre des communes, soient rayés et remplacés par les suivants :

(1) a été institué afin d'examiner le rapport du comité MacQuarrie sur la fixation des prix de revente et les modifications qu'il convient d'apporter à la loi des enquêtes sur les coalitions, en se fondant sur ce rapport.

(2) Au début de nos délibérations, il est devenu manifeste que le Comité ne disposait pas du temps voulu pour convoquer tous les témoins et étudier tous les témoignages qu'il faudrait entendre et examiner afin d'en arriver à une conclusion en connaissance de cause.

(3) Le Comité, frappé des graves inquiétudes que cause aux marchands détaillants la menace d'une concurence déloyale et de la vente à perte de la part des puissants établissements à succursales et des grands magasins, advenant l'interdiction de la fixation des prix, est d'avis que, si le Gouvernement présente une mesure législative pour combattre l'une de ces deux pratiques, cette mesure devra s'accompagner d'un projet de loi complémentaire dirigé contre l'autre pratique.

(4) Pendant le temps dont il disposait, le Comité n'a pas pu étudier ni préparer une mesure législative dont il pût proposer en toute confiance l'adoption, la sachant conforme à la constitution et propre à combattre la menace des ventes à pertes.

(5) Le Comité déclare donc qu'il n'est pas en possession de preuves suffisantes pour préparer un texte législatif ; il propose qu'on étudie de nouveau soigneusement la question, surtout les lois sur les pratiques commerciales légitimes, celles notamment qui sont en vigueur aux États-Unis, en vue d'aboutir à une solution appropriée et pratique.

Après discussion, ledit amendement, mis aux voix, est rejeté.

Puis, la motion de M. Stuart étant mise aux voix, est adoptée.

Conformément aux vœux exprimés dans le quatrième rapport du sous-comité du programme et de la procédure, adopté à la séance du 30 novembre, et dans le cinquième rapport dudit sous-comité, adopté le 5 décembre, les documents mentionnés ci-dessous sont publiés en appendices aux procès-verbaux et témoignages de la séance d'aujourd'hui :

Appendice A : Mémoire soumis au Comité par le National Council of Women.

Appendice B : Mémoire soumis par la Great Western Garment Company Limited.

Appendice C : Mémoire soumis par la Retail Merchants Association of Saskatchewan.

Appendice D : Mémoire soumis par la Bulova Watch Company Limited.

A 3 heures et 48 minutes de l'après-midi, le Comité s'ajourne *sine die.*

Le greffier du Comité,
A. L. BURGESS.

TÉMOIGNAGES

7 DÉCEMBRE, 1951.

10 heures et demie du matin.

LE PRÉSIDENT : Messieurs, nous formons quorum.

M. MACINNIS : Monsieur le président, avant que nous procédions à nos travaux, j'aimerais savoir à quoi nous en tenir. Comme la Chambre se réunit à 2 heures aujourd'hui, je suppose que nous ajournerons à midi et demi.

LE PRÉSIDENT : Entendu mais, si nous n'avons pas fini, nous pouvons toujours suspendre nos travaux jusqu'à trois heures ou sept heures du soir.

D'après l'ordre du jour établi en vertu d'une décision que le Comité a prise relativement à la procédure, nous aurons tout d'abord une discussion libre ; chaque membre disposera de cinq minutes pour commenter l'avis de motion de M. Croll au sujet de l'article sacrifié et qui figure à la page 417 ou 452 de nos délibérations.

M. CROLL : Monsieur le président, le projet de résolution se trouve à la page 452. Pour épargner du temps, je me dispenserai d'en donner lecture mais, à ce stade de nos travaux, le moment est venu . . .

L'HON. M. GOLDING : Auriez-vous la bonté de nous en donner lecture ? Je n'en ai pas le texte aujourd'hui.

M. CROLL : Le temps est venu de dévoiler notre attitude et d'exprimer notre opinion du rapport MacQuarrie et de ses répercussions. J'adopte l'attitude traditionnelle du parti libéral à l'égard des trusts, des cartels et des coalitions et, comme lui, je m'y oppose en me rappelant les paroles de feu Mackenzie King, paroles qu'a répétées à l'occasion, l'honorable Louis Saint-Laurent : Quand des intérêts particuliers viennent en conflit avec l'intérêt général, les libéraux défendent l'intérêt général. Voici que se présente maintenant l'occasion de mater ceux qui fixent les prix. Je suis convaincu que le Comité recommandera l'adoption du rapport qui sera suivi d'une loi appelée à rendre la liberté au détaillant et au consommateur et à donner à l'expression "entreprise libre" son sens véritable. Le Parlement ne peut vraiment pas tolérer plus longtemps les conspirations ou les coalitions, quelles soient le fait d'un seul ou de plusieurs fournisseurs rivaux. Le Parlement ne saurait tolérer un régime de loi privée appliquée par des tribunaux irréguliers. Il est difficile, il est vrai, de définir avec précision l'article sacrifié. La plupart d'entre nous savent ce que c'est, mais il est très difficile de le définir. Il a, cependant, pour effet d'entraîner des bouleversemnts peu marqués, de tromper les consommateurs et de les éloigner des détaillants qui demandent des prix raisonnables. Dans ses effets plus accentués, il supprime la concurrence, concentre la richesse au sein des grosses entreprises et des grands centres, de sorte que ces grosses entreprises deviennent de plus en plus puissantes. M. Hougham, qui a comparu, hier, devant le Comité, a fait une réflexion qui m'a frappée. Je cite :

> Quand les géants se battent, les faibles sont foulés aux pieds.

Aucun détaillant n'est lié à la fixation des prix de revente ; les témoignages que nous avons entendus nous ont révélé que l'appât du gain n'y

compte pas pour beaucoup. Il réalise un plus fort bénéfice sur d'autres articles. Néanmoins, il approuve ce régime afin de se protéger et de se maintenir en affaires. C'est pour lui un moyen de défense contre ce qu'il considère l'ennemi rapace du commerce : le grand magasin à rayons, le magasin à succursales multiples et les comptoirs postaux. Par l'entremise de leur association, les détaillants ont voulu mettre un frein aux empiètements de ces géants au sujet de la fixation des prix de revente, en leur disant : "Si nous sommes tenus de maintenir les prix fixés, que tous fassent la même chose" et ils ont réussi sous ce rapport.

Après celui du consommateur, c'est l'intérêt du petit détaillant auquel il faut veiller. Comme celui-ci n'est pas superflu, sa disparition serait une grande perte pour la société si nous l'abandonnions. Nous ne pouvons le perdre car il remplit un rôle nécessaire dans la collectivité. Si nous laissons les marchands libres de rogner les prix, ils s'en donneront à coeur joie. Ce sera alors la confusion dans le commerce mais, pour le consommateur, la joie sera de courte durée car, en fin de compte, c'est lui qui sera le perdant.

Je présente ma motion avec l'espoir qu'elle sera suivie d'une autre qui sera destinée à combattre la tactique de l'article sacrifiée et à protéger le public contre les monopoles et l'accaparement des débouchés de la production et de la distribution. Cette résolution, j'en conviens, loin d'être parfaite, prête à amélioration ; aussi demanderai-je aux membres qui entretiennent quelque idée à ce sujet de ne pas la démolir mais de proposer quelque chose de mieux. Je ne dirai rien sur la façon d'appliquer ma proposition et de punir les coupables, mais je sais que les États-Unis ont réussi jusqu'à un certain point à mettre fin à cette pratique de l'article sacrifié qui ne devrait pas exister. Si le Gouvernement se bornait à faire savoir aux intéressés qu'il n'approuve pas cette pratique, cela équivaudrait à dire : "Il faut que tout le monde vive".

Nous ne devrions pas clore nos séances sans convaincre la population qu'il n'y a pas d'immunité pour les rogneurs de prix, que nous ne cherchons pas de remèdes provisoires, mais que nous tenons à ce que les prix, une fois réduits, restent tels quels, tout en nous montrant justes envers le détaillant et le consommateur et en assurant au fabricant un bénéfice raisonnable.

Monsieur le président, je prie les membres du Comité de relire la résolution,

M. JUTRAS : J'ai approuvé, jeudi dernier, la motion de M. Croll parce qu'à mon avis il était à souhaiter que le Comité s'attache à cet élément particulier du problème qui nuit à tous les intéressés sauf aux instigateurs de coalitions.

J'avoue ne pouvoir juger de la valeur de la formule qui nous est proposée, mais je sais qu'elle n'a guère reçu l'appui des témoins que nous avons entendus. Ce qui m'a frappé, dans le cas des boulangers et des allumettiers, c'est que ces deux industries ont atteint leurs fins surtout en réduisant les prix. D'autre part, j'ai la conviction, surtout après avoir entendu les témoignages, que la fixation des prix de revente ne constitue pas la solution au problème. De fait, elle rend les fabricants maîtres de la situation et encourage la formation de cartels puissants.

Personne, évidemment, ne tient ici à ce que le petit marchand souffre d'injustices ou soit placé dans une situation économique impossible. Pour ma part, j'aimerais lui donner quelque assurance qu'il survivra, même après la suppression du régime de la fixation des prix.

M. FLEMING : Qu'il me suffise de dire ceci : Inutile de perdre notre temps à condamner les monopoles, car nous sommes tous opposés aux monopoles, cartels ou coalitions. Nous n'avons pas besoin de preuve au sujet des articles sacrifiés pour nous convaincre qu'ils sont indésirables. Il est indubitable que c'est une pratique absolument nocive. Si j'ai bien compris, nous devions étudier une proposition de loi de M. Croll ayant pour objet d'interdire cette pratique.

En relisant un avant-projet de loi comme celui qu'a soumis M. Croll, nous sommes naturellement portés à nous demander s'il atteindra son but, s'il est exécutable et s'il est constitutionnel ? Le ministère de la Justice a dû l'examiner en songeant à ces considérations. Le ministre de la Justice devrait maintenant nous dire ce qu'il en pense et quelle est aussi l'opinion de ses légistes. Aux yeux de son ministère, cet avant-projet est-il conforme à la constitution, est-il applicable et exécutable ?

L'HON. M. GARSON : Parlez-vous de l'amendement de M. Croll ?

M. FLEMING : Oui car, si j'ai bien compris, c'est cet amendement que nous considérons ce matin et non l'ensemble de la question dont le Comité a été saisi. Nous étudions en ce moment l'avant-projet soumis par M. Croll le 29 novembre et je crois que le Comité a le droit de savoir ce qu'en pense le ministère de la Justice.

LE PRÉSIDENT : Le ministre est ici à titre de membre du Comité.

M. FLEMING : Inutile de songer à étudier une telle question sans l'aide du ministère de la Justice. Cette semaine, par exemple, comme le comité de la radiodiffusion examinait de simples amendements à un projet de loi, les membres ont jugé bon de ne pas y toucher avant d'avoir convoqué quelques légistes du ministère de la Justice. La question qui nous occupe ici revêt une grande importance et je suis convaincu que les membres du Comité, qu'ils soient avocats ou non, veulent tous obtenir en ce moment l'aide du ministère de la Justice afin de savoir ce qu'il pense de l'avant-projet que M. Croll a soumis il y a eu une semaine, hier.

L'HON. M. GARSON : Je tiens à préciser, tout d'abord, que ni le ministère de la Justice ni personne d'autre n'a, que je sache, étudié l'amendement de M. Croll. Le Comité en a été saisi avant que j'en entende parler et m'est avis que les membres en ont pris connaissance tous en même temps. N'en déplaise à M. Fleming, je crois qu'il met la charrue devant les boeufs. En effet, le Comité doit tout d'abord décider si, en principe, il favorise l'interdiction des ventes à perte, puis si, d'après le point en litige, l'article sacrifié est celui qui est vendu à 5 p. 100 de plus que le prix coûtant ou au prix de revient plus la marge de bénéfice ou simplement au prix coûtant facturé. Mon collègue, étant lui-même avocat, s'en rendra compte : ce n'est qu'après que le client aura décidé ce qui doit constituer l'essence même de l'avant-projet que l'avocat verra à lui donner la forme voulue.

Quant à la question de savoir si la mesure est constitutionnelle, je puis rappeler à mon collègue que le Conseil privé a confirmé la constitutionnalité de la loi des enquêtes sur les coalitions qui stipule que certaines infractions d'ordre économique se rattachent suffisamment au droit criminel, de sorte qu'elles sont de la compétence fédérale. Le Comité ne doit donc pas trop se préoccuper des aspects constitutionnels.

Quoi que décide le Comité, le ministère de la Justice pourra, sur ses instructions, préparer un texte de loi qui sera constitutionnel, intra vires, et

qui restera debout. Mais à propos des autres points qu'il importe de décider tout d'abord et comme on a accusé ici même le Gouvernement de vouloir presser la mesure, d'imposer sa volonté au Comité et de vouloir le régenter, il serait préférable de laisser au Comité toute liberté d'examiner la question afin de voir à quelles conclusions il aboutira. J'examinerai volontiers les conclusions auxquelles il aura abouti, car je ne veux pas qu'on m'accuse de porter les membres du Comité qui appuient le Gouvernement à se prononcer pour ou contre toute mesure relative à l'article sacrifié.

Les membres du Comité sont parfaitement à même de juger des difficultés que présentera l'application d'une telle mesure. Ayant entendu un certain nombre de témoins, il a constaté qu'il n'y en avait pas deux qui s'entendaient sur la définition juste de l'article sacrifié et pas un seul n'a eu le courage de tenter de le définir. Un témoin a proposé deux ou trois définitions. Or, si l'on veut interdire quoi que ce soit, il faut d'abord avoir une idée nette de ce qu'on veut prohiber. Les membres du Comité, ayant entendu les témoins tout comme je l'ai fait, n'ont pas besoin de mes conseils sur la décision qu'ils doivent rendre en se fondant sur ces témoignages. Tant que le Comité ne se sera pas prononcé sur ce point, je ne crois pas devoir, en ma qualité de ministre, exprimer mon point de vue à cet égard.

Si nous pouvons nous mettre d'accord sur ce que nous entendons comme article sacrifié et si nous convenons tous d'interdire cette pratique, nous pourrions alors faire revenir M. MacDonald et lui dire : "Voici la mesure que nous avons à l'esprit. Croyez-vous qu'elle tiendra debout ? Prensez-vous pouvoir l'appliquer ?"

Si vous voulez savoir ce que j'en pense, — j'émets ici une opinion indépendante parce que je ne serai pas directement chargé de l'application de la mesure, — je crois que le Comité doit d'abord décider, compte tenu des témoignages entendus, quel point essentiel il doit insérer dans la mesure.

Un avocat ne saurait rédiger un contrat, à moins que son client ne lui dise ce qu'il désire y insérer. Nous devons donc d'abord décider ce que nous entendons par article sacrifié. Quand le Comité aura stipulé ce qui doit faire le fond de cette disposition, nous pourrons en rédiger le texte sans tarder.

M. FLEMING : Monsieur le président, l'argument du ministre peut avoir du bon, mais il suscite un problème au sujet de la façon dont nous avons décidé de procéder ce matin. J'assistais à la séance d'un autre comité lors de l'adoption de la dernière motion relative à la façon dont nous devions procéder ce matin. Or la proposition du ministre vient en contradiction avec ce que nous étions censés faire ce matin. Je croyais que nous aborderions tout de suite la résolution de M. Croll et que, nous formant ensuite en comité exécutif, nous examinerions dans son ensemble le point dont il est saisi et qui, selon le ministre, devrait être réglé en premier lieu.

L'HON. M. GARSON : Oh, non !

M. FLEMING : Vous avez affirmé que nous devrions examiner la proposition de M. Croll en fonction de l'ensemble de la question. Nous devrions régler ce point afin de ne pas nous engager dans une autre querelle et de ne pas avoir d'autres malentendus au sujet de la façon de procéder. Nous n'y tenons pas. L'idée que je me faisais de la marche à suivre, quand je suis entré ici, était toute différente de celle que propose le ministre.

LE PRÉSIDENT : A vrai dire, je préfère de beaucoup que le point en litige soit discuté au comité plutôt qu'en public. De leur côté, MM. Croll et MacInnis

estiment que cette question de l'article sacrifié ayant été soulevée tellement souvent, les membres devraient avoir l'occasion d'exprimer leur point de vue à cet égard. Qu'est-ce qu'un article sacrifié ? Est-ce cet article qui, selon la définition de M. Croll dans le premier alinéa, se vend au prix coûtant plus 5 p. 100 ?

Il me semble aussi que lorsqu'un comité propose une certaine mesure législative à la Chambre et que celle-ci en est saisie, c'est à elle comme au ministère de la Justice à la rédiger dans les termes légaux.

L'honorable M. Garson a exprimé l'avis que la fin à atteindre est constitutionnelle sous l'empire de la loi des coalitions.

M. MACINNIS : La procédure à suivre ne devrait pas donner lieu à des difficultés. Nous sommes actuellement saisis d'une motion ou d'un projet de résolution que nous examinerons à cette étape-ci de nos travaux. Nous étudierons le principe dont elle s'inspire tout comme nous le faisons à l'occasion de la deuxième lecture d'un projet de loi.

Si nous approuvons la résolution, elle fera partie de la discussion que nous tiendrons plus tard à huit clos. Nous étudierons alors les moyens de lui donner suite.

LE PRÉSIDENT : C'est ce que j'avais compris.

L'HON. M. GARSON : Le Comité prendra une décision.

LE PRÉSIDENT : Nous n'allons pas prendre de décision en séance publique.

L'HON. M. GARSON : Je comprends que nous ne prenions pas de décision en séance publique. Une question de ce genre comporte des points de caractère très pratique et nous serons très heureux de fournir les moyens de les insérer dans un texte législatif.

M. FLEMING : Nous voulons tous accomplir notre tâche avec le plus de diligence possible. S'il ne s'agit ici que de savoir si nous sommes pour ou contre la pratique de l'article sacrifié, je ne crois pas que le Comité ait besoin de s'y attarder longtemps à ce stade de ses délibérations.

LE PRÉSIDENT : C'est pourquoi j'ai proposé la règle de 5 minutes.

M. FLEMING : Tout le monde, à mon avis, tient pour néfaste la pratique de l'article sacrifié. Je croyais que nous allions également décider si la mesure que propose M. Croll atteindrait le but visé. Mais, si c'est un point à discuter à une autre étape de nos délibérations, inutile d'y consacrer plus de temps pour l'instant.

LE PRÉSIDENT : M. Croll n'a pris que 4 ou 5 minutes pour faire part de son attitude.

L'HON. M. GARSON : Il ne suffit pas de déclarer que nous nous opposons à la pratique de l'article sacrifié. Nous nous y opposons certes, comme nous nous opposons tous au péché.

M. MACINNIS : Qui s'y oppose ?

M. HEES : N'êtes-vous pas opposé au péché ?

L'HON. M. GARSON : Je crois que, pour bien discuter le principe ici en jeu, il faut commencer par préciser la pratique à laquelle nous nous opposons Tant que nous ne serons pas tous d'accord sur ce qui est répréhensible dans la pratique de l'article sacrifié, tous nos discours à l'encontre de cette pratique ne seront que du temps perdu.

M. FULTON : Eh bien, cette déclaration du ministre ne souligne-t-elle pas combien il importe d'obtenir une réponse à la question de M. Fleming ? La motion de M. Croll ne contient pas une déclaration générale de principe (à l'égard de laquelle je reconnais que nous devrions avoir une définition des termes), mais une proposition précise de loi dans une forme concrète, car la proposition a une forme concrète et n'est pas libellée en termes généraux.

Ce que nous attendons du ministre ou du ministère de la Justice, ce n'est pas une déclaration de principe : c'est qu'il nous dise si cette proposition précise est vraiment conforme à la constitution et d'application pratique, afin que le Comité sache s'il convient de la soumettre à la Chambre. C'était l'objet de la question posée par M. Fleming.

L'HON. M. GARSON : Je ferai observer à mon honorable ami un point que je n'ai évidemment pas encore réussi à faire saisir, savoir qu'il appartient au Comité de décider quelle devrait être l'essence de la définition de l'article sacrifié. Je sais gré à mon honorable ami du compliment qu'il m'adresse, mais je ne me prétends pas plus apte à donner cette définition que les autres membres du Comité. Quant à savoir si ce serait une mesure conforme ou non à la constitution, je dois avouer que nous n'avons jamais sérieusement étudié les avis de M. Croll à cet égard. Nous ne les avons pas examinés. Mais ce que je viens de dire est toujours vrai : quand le Comité aura décidé ce qu'il entend, en somme, par la pratique de l'article sacrifié, nous n'aurons, je pense, aucune difficulté à établir un texte législatif parfaitement constitutionnel en vue d'interdire une telle pratique.

LE PRÉSIDENT : M. Fleming peut maintenant parler durant cinq minutes.

M. FLEMING : Si j'ai bien compris ce qu'a dit le ministre, la question est de savoir comment nous allons réaliser ou tenter de réaliser la proposition de M. Croll (je crois qu'en général tous les membres sont d'accord avec lui là-dessus), qui veut que nous mettions un terme à la pratique néfaste de l'article sacrifié. C'est un point à régler en conformité de l'autre attribution du Comité, c'est une initiative à prendre quand nous siégerons à huis clos. Nous ne discutons actuellement que le principe à la base de la proposition de M. Croll, comme vous l'avez signalé, monsieur le Président. Ce principe, c'est la lutte à la pratique néfaste de l'article sacrifié. Je ne crois pas qu'il faille consacrer plus de temps à cette question avant de siéger à huis clos et de nous attaquer directement au problème.

LE PRÉSIDENT : C'est ainsi que je voyais les choses.

M. DICKEY : Je ferai observer qu'il ne s'agit pas seulement du principe général, savoir si l'on s'oppose ou non à la pratique de l'article sacrifié. M. Croll a présenté une proposition et je croyais que nous aurions cinq minutes pour dire si, à notre avis, cette forme particulière d'opposition à la pratique de l'article sacrifié répond à l'attente du Comité.

LE PÉSIDENT : Tous les membres qui le désirent vont avoir chacun cinq minutes pour exprimer leur opinion. Ensuite, nous siégerons à huis clos. Chacun est libre d'employer comme il l'entend les cinq minutes qui lui sont accordées.

M. HEES : Monsieur le président, je crois que si l'on adopte cette loi destinée à abolir la fixation des prix, le petit détaillant doit être protégé contre la pratique de l'article sacrifié. Il est très important que toutes mesures législatives tendant à abolir cette pratique soient d'application pratique. Avant tout, comme on l'a dit, notre Comité doit s'appliquer à définir la

pratique de l'article sacrifié : c'est là un point très important, qu'on ne peut trancher sans y consacrer beaucoup de temps. A mon avis, notre Comité devrait étudier longuement ce point important qu'est la définition de l'article sacrifié il ne devrait pas mettre fin à ses délibérations aujourd'hui, mais s'attacher à cette étude. Je crois également que le Comité devrait sérieusement étudier les lois du loyal commerce en vigueur aux États-Unis. Elles doivent convenir tant aux consommateurs qu'aux détaillants, puisqu'elles sont acceptées par les uns et les autres dans 45 des 48 États dont l'économie et la manière de vivre et de commercer sont presque semblables aux nôtres ; de plus, la population américaine est environ 12 fois celle du Canada. Je ne tiens pas à ce que notre façon de vivre au Canada soit copiée sur celle des Américains, mais ce qui s'est fait aux États-Unis nous offre une merveilleuse occasion de mettre au point les mesures législatives que nous aurions intérêt à adopter au pays. Les États-Unis présentent à notre étude des constatations qui s'étendent sur un demi-siècle et je crois que nous devrions en profiter dans toute la mesure du possible. N'oublions pas que la fixation du prix de revente a été mise hors la loi aux États-Unis en 1900, c'est-à-dire il y a plus d'un demi-siècle. Pendant trente ans, cette interdiction de la fixation des prix s'est révélée nuisible aux consommateurs et aux détaillants, si bien qu'en 1931 la Californie adoptait, la première, une loi du loyal commerce. De 1931 à aujourd'hui, 44 autres États devaient en faire autant, de sorte qu'il y a actuellement là-bas 45 États sur 48 à posséder des lois de loyal commerce. Je le répète, ce qui me porte à réfléchir, comme je le disais hier, c'est qu'il y a beaucoup plus de consommateurs que de détaillants : si les lois de loyal commerce n'avaient pas été reconnues utiles ou satisfaisantes par les consommateurs, elles auraient certainement été annulées au lieu d'être adoptées par un nombre toujours croissant d'États américains. J'en conclus donc que la grande utilité et les résultats fort pratiques de ces lois ont été reconnus par la grande majorité des consommateurs et des détaillants américains. Comme on s'en est rendu compte au cours du dernier demi-siècle aux États-Unis, je crois que nous pourrions découvrir qu'on tient beaucoup plus aux lois du loyal commerce qu'à la simple abolition de la fixation du prix de revente. A mon sens, cette question exige une étude beaucoup plus appropriée de la part de notre Comité, car nous ne pouvons pas nous permettre de présenter une loi dont l'application et la mise en vigueur seront impossibles.

M. CROLL : Voulez-vous dire qu'à votre avis on ne doit pas trancher la question dès maintenant ?

M. HEES: Je crois que nous devrions étudier bien davantage votre proposition. En principe, je l'appuie sans restriction, mais je voudrais être certain, avant d'approuver une telle mesure, qu'elle est la plus apte à protéger le détaillant.

M. FULTON: Et qu'elle le protégera effectivement.

M. HEES: J'allais le dire. Je veux aussi étudier la question de savoir s'il ne vaut pas mieux adopter des lois du loyal commerce plutôt que de prohiber la fixation des prix. Que la grande majorité des Américains aient approuvé ces lois du loyal commerce, voilà un témoignage très, très éloquent.

Je crois que le Parlement s'engage sur une très mauvaise voie en écartant la solution que la République du sud, dont la population est 12 fois la nôtre, a adoptée après un demi-siècle de tâtonnements. Je crois qu'il est prétentieux de croire notre tentative actuelle meilleure que le régime finalement adopté aux États-Unis.

Le PRESIDENT: Merci, monsieur Hees. Monsieur MacInnis.

M. MacInnis: Je crois pouvoir résumer très brièvement mon opinion à ce sujet. Je déclare avant tout que j'appuie le principe exposé dans la résolution de M. Croll. Je m'oppose à la pratique de l'article sacrifié dans à peu près la même mesure où je condamne la trahison des camarades dans le domaine des syndicats ouvriers.

Je me rends compte qu'il sera fort difficile de rédiger une loi efficace à cet égard, mais ce n'est pas une raison pour ne pas le tenter, une fois le principe en cause reconnu. Nous avons entendu ici, comme on l'a dit, un grand nombre de définitions de la pratique de l'article sacrifié. Peu d'entre elles, à mon avis, seraient acceptables du point de vue juridique. Cependant, si nous approuvons le principe en jeu et demandons au ministère de la Justice d'établir un texte législatif, je ne vois pas ce qui nous empêcherait d'avoir une loi efficace. Je suis persuadé, toutefois, qu'il ne reste plus maintenant assez de temps pour rédiger ces mesures législatives. Je crois qu'il faudrait au ministère plus de temps qu'il n'en reste avant l'ajournement ou la prorogation des Chambres. C'est tout, monsieur le Président.

LE PRESIDENT : Merci, monsieur MacInnis. Monsieur Fulton.

M. FULTON : Monsieur le Président, je reconnais avec M. MacInnis qu'on peut admettre que la pratique de l'article sacrifié doit être mise hors la loi ou interdite. Si le Parlement doit adopter une loi pour supprimer la fixation du prix de revente, il doit aussi en adopter une en vue de supprimer la pratique de l'article sacrifié. Mais si je reconnais ce principe, je ne me range pas à l'avis de M. MacInnis, qui prétend trouver un principe à la base de la motion de M. Croll. Je souhaiterais qu'on pût en trouver un. C'est la difficulté à laquelle, je crois, se heurte le Comité. La motion de M. Croll ne pose pas un principe ; un point, c'est tout. Elle contient une définition de la pratique de l'article sacrifié et j'ai mal à me convaincre que la définition de M. Croll, — du moins dans la proposition dont nous sommes saisis, — aura vraiment le résultat que nous souhaitons tous, soit de protéger efficacement le marchand.

Je n'irai pas plus loin à ce sujet pour le moment. Je reviens à autre chose. M. Croll nous a parlé d'une déclaration formulée hier par M. Hougham, une déclaration qui a fait sur lui une vive impression. Une autre déclaration de M. Hougham m'a également impressionné ; elle contient un principe dont devrait, je crois, s'inspirer le Comité. M. Hougham a dit qu'il ne faut pas se montrer plus zélés que prudents. Il voulait dire par là que, s'il faut protéger le détaillant, il ne faut tout de même pas se laisser emporter par le désir d'obtenir un résultat dont je ne vois aucune promesse dans la mesure projetée. Autrement dit, si le désir qu'on a de servir le consommateur conduit à supprimer la fixation des prix, sans plus, on ne réussira qu'à ruiner le détaillant, ainsi livré à la concurrence acharnée des grands magasins et des magasins à succursales multiples.

A mon avis, nous n'avons vraiment pas de témoignages suffisants pour nous prononcer sur les avantages ou les inconvénients de la fixation des prix, sur l'influence qu'elle exerce sur les prix que doit payer le consommateur, mais nous ne manquons pas de témoignages qui indiquent que les détaillants sont inquiets, et à juste titre, et que nous devons partager leur inquiétude au sujet des dangers dont ils seront menacés si l'on supprime la fixation du prix de revente pour la remplacer par la pratique de l'article sacrifié.

M. Croll a manifesté une vive inquiétude à l'égard de la sécurité et du bien-être du détaillant indépendant. Nous partageons tous cette inquiétude. Cependant, avant d'intervenir, il nous faut être convaincus d'avoir suffisam-

ment d'éléments de preuve sur lesquels fonder la loi que, dans le dessein de protéger le détaillant, proposent au Comité le commissaire préposé à l'application de la loi sur les coalitions, dans l'avant-projet qu'il a soumis, et M. Croll lui-même. Si nous adoptons la loi proposée par le commissaire sans être absolument certains que la proposition de M. Croll protégera le détaillant, nous aurons été plus zélés que prudents, nous aurons ruiné les détaillants par cette loi injuste, nous les aurons exposés à la concurrence déloyale des grands magasins et des magasins à succursales multiples. Je crois que, malheureusement, nous n'avons pas obtenu de preuves suffisantes sur le pour et le contre de la fixation de prix. Nous n'avons pas non plus obtenu de preuves suffisantes pour tirer une conclusion sérieuse sur la façon ou même la possibilité de réglementer et de supprimer la pratique de l'article sacrifié, si nous abolissons la fixation des prix. C'est là mon inquiétude. Nous n'avons pas suffisamment approfondi la question avec l'aide de détaillants, de marchands et de statisticiens, avec le concours de spécialistes juridiques, pour en arriver à exprimer avec certitude notre conviction qu'en supprimant la fixation des prix nous pouvons aussi, par une loi, mettre un terme à la pratique de l'article sacrifié. Je n'ai pas réussi à me convaincre moi-même à ce sujet et c'est pourquoi il m'est extrêmement difficile de prendre une décision à l'égard de la proposition de M. Croll.

Je crois que le Comité devrait conclure dans le sens d'une motion que j'ai l'intention de proposer, en temps utile, dans les termes suivants :

(1) Votre Comité a été institué en vue d'étudier le rapport du comité MacQuarrie sur la fixation du prix de revente ainsi que les modifications qu'il conviendrait d'apporter à la loi sur les coalitions à la lumière de ce rapport ;

(2) Il est vite devenu évident, au cours de nos délibérations, que le peu de temps mis à la disposition du Comité ne lui permettrait pas d'entendre tous les témoins et d'étudier tous les témoignages qu'il aurait fallu pour en arriver à une judicieuse conclusion à l'égard de ces questions ;

(3) Ayant été fort impressionné par les inquiétudes très sérieuses qu'éprouvent les marchands détaillants en face des dangers auxquels les exposent la concurrence déloyale et "la pratique de l'article sacrifié" de la part des grands magasins et des magasins à succursales multiples si l'on supprime la fixation des prix, votre Comité croit qu'on ne saurait adopter une loi prohibant l'une de ces méthodes sans en adopter une autre en vue d'interdire l'autre méthode ;

(4) Le temps mis à la disposition de votre Comité ne lui a pas permis d'étudier et de préparer une mesure qu'il puisse en toute confiance proposer comme étant constitutionnelle et apte à parer au danger de "la pratique de l'article sacrifié"

(5) Votre Comité fait donc rapport qu'il ne possède pas suffisamment de preuves sur lesquelles fonder une loi et il propose que l'ensemble de la question fasse l'objet d'une autre étude attentive, particulièrement en ce qui concerne l'adoption de lois du loyal commerce semblables à celles qui sont en vigueur aux États-Unis d'Amérique, à titre de solution appropriée et pratique du problème.

LE PRÉSIDENT : Merci, monsieur Fulton. Sénateur Horner.

L'HON. M. HORNER : J'ai écouté avec intérêt les remarques qu'a d'abord faites M. Croll avant d'expliquer sa résolution et au cours desquelles il a

formulé quelques observations touchant les programmes du parti libéral ; comme nous comptons ici un très grand nombre de membres de mon groupe, je crois qu'on nous permettra de répondre.

LE PRÉSIDENT : Vous avez cinq minutes, sénateur Horner.

L'HON. M. HORNER : Si je comprends bien les principes dont on s'inspire, et c'est évident en l'occurrence, en continuant d'exiger l'abolition de la fixation des prix, on songe aux grandes villes qui groupent un grand nombre d'électeurs ; on peut se permettre de ne pas tenir compte du reste de la population. Je ne crois pas me tromper en disant que le principal objet, c'est d'obtenir des votes : c'est à cela qu'on tend en appuyant la prise de position des sept magasins énormes qui servent la population des centres très importants. Le Canada subit les inconvénients de compter une population insuffisante dans ses régions éloignées. Je ne crois pas qu'il y ait lieu d'adopter la résolution. Mon opinion, c'est que nous n'avons certainement pas assez de temps à notre disposition pour présenter une résolution à laquelle on pourrait donner suite, dont on pourrait rigoureusement appliquer les dispositions à la pratique de l'article sacrifié. Or, vous le savez tous, une loi mal appliquée, une loi dont on se moque, engendre le mépris de toutes les lois. Il faudrait une armée d'inspecteurs pour faire observer les dispositions envisagées, et encore ! Je ne crois pas que le Comité soit saisi d'éléments de preuve suffisants. Le client du petit magasin de carrefour mérite qu'on tienne compte de lui ; qu'il achète un Frigidaire ou n'importe quoi, on doit lui laisser l'avantage de voir ce qu'il achète. Mais, dans un petit village, il deviendrait simplement impossible au détaillant de garder ces articles en magasin sans la commission que lui assure la fixation des prix ; sa fonction est pourtant de fournir ces articles à l'acheteur local. J'appuie donc la résolution de M. Fulton.

LE PRÉSIDENT : M. Fulton n'a pas proposé de résolution.

M. FULTON : Elle sera proposée.

LE PRÉSIDENT : Monsieur Stuart, vous êtes maintenant invité à parler cinq minutes.

M. STUART : Monsieur le président, je serai bref. Je crois que le problème se ramène à une définition précise de la pratique de l'article sacrifié, comme on l'a maintes fois signalé. J'ai écouté tous les témoins qui ont été convoqués et je ne suis pas plus avancé, en ce qui concerne la définition de cette pratique, que je ne l'étais lors de la constitution du Comité. Pour parler franchement, nous en discuterions encore pendant un mois ou un mois et demi, que nous ne serions pas plus en mesure de définir la pratique de l'article sacrifié.

Il m'est venu une idée au cours de la discussion. C'est au sujet de la pratique, mentionnée à plusieurs reprises, de la vente à un cent lancée par les pharmacies Rexall. Sauf erreur, au lieu de consacrer beaucoup d'argent à la publicité radiophonique ou par l'entremsie des journaux, les pharmacies Rexall, durant deux ou trois jours, ou plus, offrent au public deux articles pour le prix d'un, plus un cent. Je doute si, de cette façon, ils ont, à la fin de l'année, dépensé plus d'argent que les autres fabricants de produits pharmaceutiques en publicité commerciale.

Or, si on se mêle de définir la pratique de l'article sacrifié, va-t-on défendre aux pharmacies Rexall de recourir à ce genre de publicité dans leurs propres magasins ? Il y a là, à mon sens, un problème qu'on pourrait étudier pendant des semaines et des semaines sans parvenir à être fixé sur la pra-

tique de l'article sacrifié. Pour parler très franchement, je dis que nous n'avons pas maintenant une meilleure définition que lorsque le Comité a été institué.

Une autre chose qui m'a fait réfléchir, c'est l'incident qui a eu lieu à London. L'essence y a fait l'objet d'une guerre des prix, chaque poste d'essence essaya de vendre meilleur marché que ses concurrents. Un vendeur eut l'idée d'offrir un paquet de cigarettes avec chaque achat de dix gallons. Immédiatement, le grossiste ou le fabricant menaça : Nous ne vous livrerons plus de tabac. S'agit-il là de la pratique de l'article sacrifié, je n'en sais encore rien. Où établir la ligne de démarcation ? Quelle définition donner à "la pratique de l'article sacrifié" ? Je doute fort que le Comité puisse répondre à ces questions, même après des mois de délibérations.

Une dernière observation. La pratique de l'article sacrifié, dans des conditions comme celles qui existaient durant les années 30, donnerait lieu à un problème des plus sérieux. Si nous avions une énorme quantité de marchandises et très peu d'argent pour les acheter, la pratique de l'article sacrifié et la concurrence acharnée pourraient causer un tort considérable au petit marchand.

Dans les circonstances, vu le programme de défense en vigueur dans notre continent nord-américain et qui se prolongera vraisemblablement durant deux, trois, quatre, cinq ans, ou plus, je ne crois pas qu'il y ait lieu de s'inquiéter au sujet des deux ou trois prochaines années. Il serait quand même bon d'attendre jusqu'à ce que nous ayons pu constater les résultats de la loi projetée, si la Chambre des communes l'adopte. Nous serions alors peut-être en mesure de prendre une meilleure décision, de définir la pratique de l'article sacrifié et d'adopter une loi pour y remédier.

Je vous remercie.

LE PRÉSIDENT : M. Shaw.

M. SHAW : Monsieur le président, en présentant et en exposant son projet de résolution, M. Croll a parlé ouvertement de la fixation du prix de revente et de l'abolition de cette pratique. Je n'ai pas l'intention d'en faire autant.

Je doute fort que la résolution présentée par M. Croll accorde tant de latitude, bien que, je le présume, elle soit fondée sur la supposition que la fixation du prix de revente sera abolie.

M. CROLL : Il faut qu'elle le soit.

M. SHAW : M. Croll s'est servi d'une expression que je tiens à relever : le régime de la libre entreprise en honneur au pays. On devrait cesser d'employer cette expression qui ne correspond et ne correspondra probablement jamais à rien. Il entendait, je crois, l'entreprise privée.

Je cherche, comme tout le monde, la définition de la pratique de l'article sacrifié. Tous ceux qui sont venus témoigner ici ont exposé leurs vues à ce sujet. M. Croll a dit que toute vente assurant un bénéfice de moins de 5 p. 100 sur le prix de revient doit être considérée comme pratique de l'article sacrifié. Si l'on me permet de poser une question à l'auteur du projet de résolution, je lui demanderai ce qui le justifie de décider qu'un bénéfice inférieur à 5 p. 100 du prix de revient s'insère dans la pratique de l'article sacrifié.

La pratique de l'article sacrifié ne laisse pas de m'inquiéter. Je crois qu'elle permet aux grosses entreprises commerciales de rendre la situation extrêmement difficile, sinon impossible, pour les petites entreprises.

Le problème a certes inquiété les gouvernements provinciaux plus que la fixation du prix de revente. On m'informe que la Colombie-Britanique, tout comme ma propre province d'Alberta, que je connais mieux, a légiféré sur la pratique de l'article sacrifié : on a pris pour base un bénéfice de 5 p. 100 sur le prix de revient, mais je me demande pourquoi.

J'ignore pourquoi, mais ces lois n'ont entraîné aucun procès. C'est sans doute en raison de l'impossibilité d'obtenir une condamnation, mais ce n'est là qu'une opinion personnelle.

Qu'on abolisse ou non la fixation du prix de revente, le temps est pour nous venu de nous occuper de la pratique de l'article sacrifié. Je tiens cependant à savoir d'abord, comme M. Stuart, en quoi consiste cette pratique que nous entendons interdire.

Avant de prendre une décision définitive sur la résolution de M. Croll, il nous faut connaître exactement pourquoi M. Croll a décidé que l'article qui rapporte un bénéfice inférieur à 5 p. 100 sur le prix d'achat est un article sacrifié.

Encore une fois, monsieur le président, je ne commente pas en ce moment la fixation du prix de revente : je m'en tiens au projet de résolution.

Quand je songe, monsieur le président, aux conditions posées dans le projet de résolution et qui autorisent en réalité la pratique de l'article sacrifié, je me demande si nous pouvons adopter une loi qui soit rigoureusement applicable. Je m'accorde parfaitement avec ceux qui prétendent qu'il vaut mieux s'abstenir plutôt que d'établir une loi dont la possibilité d'application demeure douteuse.

Définissons "l'article sacrifié". Vérifions si la définition de M. Croll est exacte et, avant de mettre le projet de résolution aux voix, cherchons à savoir si l'article sacrifié correspond vraiment à celui qui ne rapporte qu'un bénéfice inférieur à 5 p. 100 du prix de revient.

C'est tout ce que j'ai à dire.

LE PRÉSIDENT : M. Harrison.

M. HARRISON : M. Croll a certainement enrichi de ses observations les délibérations du Comité et rendu service au pays tout entier. Il a dit, je crois, qu'il ne voulait pas qu'on s'attaque à sa motion en particulier, qu'il fallait s'en servir comme d'une base pour la discussion.

M. CROLL : Pour alimenter la discussion.

M. HARRISON : C'est une proposition à débattre jusqu'à ce que nous en trouvions une meilleure.

La définition de l'article sacrifié nous réserve beaucoup de difficultés et quand nous l'aurons trouvée, elle ne sera pas équitable dans tous les cas. M. Hougham a touché le point sensible, hier, quand il a dit que la T. Eaton Company, par exemple, entend conduire ses affaires à sa guise. Le petit marchand prend plus ou moins la même attitude.

Ainsi, les marchands de la Saskatchewan subissent souvent les inconvénients des mauvaises récoltes et il leur faut écouler leurs stocks pour faire face à leurs obligations. Il ne faut pas les en empêcher par une loi qui abolirait la pratique dite de l'article sacrifié. Ils ont librement placé leurs fonds sous un régime d'économie libre et ils devraient pouvoir, au besoin, les retirer.

Il nous faut être très prudents en face d'une proposition de ce genre et je doute fort, vu la difficulté que nous avons à définir "l'article sacrifié", que les marchands et nous-mêmes ayons à nous féliciter de l'adoption d'une loi sur la pratique de l'article sacrifié. Sans offenser M. Croll, dont je reconnais les motifs, et je crois que la plupart des marchands se rendront compte qu'il s'est efforcé de les aider, — et très sincèrement, nous le savons — après ce que j'ai entendu jusqu'ici au Comité je ne crois pas qu'une loi visant la pratique de l'article sacrifié, définissant "l'article sacrifié", puisse être équitable dans tous les cas. Aussi, j'incline à me montrer "plus prudent que zélé", comme l'a dit M. Fulton.

M. CARROLL : J'ai peu de choses à dire à ce sujet, monsieur le président. Je ne crois pas que le Comité soit en mesure de définir l'article sacrifié. Si le Comité décide de soumettre cette résolution au ministère de la Justice, je fais observer qu'il y a au pays un groupe de gens qui sont en mesure de nous donner une juste définition de l'article sacrifié : ce sont les gens chargés de l'application de la loi sur les coalitions.

Cette tâche ne serait pas très difficile pour M. MacDonald, qui a rempli ces fonctions pendant de nombreuses années et qui a bénéficié de l'expérience acquise par ses divers prédécesseurs et du travail qu'ils ont accompli au cours des années. Ils ont dû être saisis de centaines et de centaines de cas relatifs à la pratique de l'article sacrifié. Quant à moi, je n'entreprendrais pas aujourd'hui de dire ce qu'est l'article sacrifié.

Je crois que M. Croll tente de donner une définition de l'article sacrifié dans la première partie de son projet de résolution, où il dit ce qui suit :

> Il est résolu qu'aucun marchand ne doit vendre ni offrir en vente, directement ou indirectement, aucune denrée à moins de 5 p. 100 au-dessus du prix coûtant . . .

Or, je présume que c'est là, pour M. Croll, la définition de l'article sacrifi-. Toute vente à un prix inférieur à celui-là correspondrait à la vente d'un article sacrifié.

D'autre part, je crois devoir mentionner l'autre question, — correspondant au numéro 4 (c), — concernant les réductions dissimulées de prix sous forme de primes, de remises et d'autres pratiques, comme de l'article sacrifié.

Tout cela nous place dans l'obligation de trouver une autre définition ; il faut que quelqu'un nous donne une autre définition de l'article sacrifié.

Je crois que les seuls autres témoignages entendus au Comité à l'encontre de la pratique de l'article sacrifié sont venus de ceux qui s'opposaient au projet de loi que nous avons étudié ; la plupart d'entre eux ont dit que si la loi était adoptée ou si elle était proposée par notre Comité, il faudrait la faire accompagner d'une loi portant sur la pratique de l'article sacrifié. A mon sens, ils avaient en cela pas mal raison.

C'est pourquoi, monsieur le président, je prétends que si notre Comité s'oppose à la pratique de l'article sacrifié, il devrait confier aux spécialistes en la question la tâche de rédiger, maintenant ou plus tard, une loi qui contiendrait une définition générale de l'article sacrifié. Les gens les mieux en mesure de donner une juste définition de l'article sacrifié sont ceux qui dirigent ou surveillent l'application de la loi relative aux coalitions.

Je ne suis pas en faveur de l'interdiction générale de la pratique de l'article sacrifié. Mais quand certains de mes propres leaders ont été sacrifiés, — et je ne parle pas ici de leaders politiques — (Exclamations!) Je

pourrais peut-être ajouter que M. Hees ne s'opposerait pas, après tout, à la pratique de l'article sacrifié dans d'autres domaines que celui des marchandises.

C'est tout ce que j'ai à dire, monsieur le président.

M. BLAIR : Monsieur le président, l'amendement de M. Croll relatif à l'article sacrifié m'a fort intéressé, mais je serais bien en peine de définir l'article sacrifié : Je suis venu siéger ici sans la moindre intention de faire de l'obstruction, sans le moindre préjugé à l'égard de la mesure à l'étude. Il est cependant arrivé certaines choses qui ne laissent pas de m'inquiéter.

Nous avons entendu des témoins représentant d'importants organismes, de gros détaillants et ainsi de suite et des témoins ont appuyé cette mesure. Après les exposés que nous avons écoutés, nous devons agir avec beaucoup de prudence avant d'adopter une loi.

On ne nous a encore fourni aucune preuve démontrant péremptoirement que la fixation du prix de revente est nocive dans une certaine mesure et je m'inquiète de ce qui pourrait arriver dans certains genres de commerce auxquels j'ai été mêlé. Les observations de M. McGregor sur le commerce des produits pharmaceutiques ne m'ont nullement impressionné.. A mon avis se pose encore la question de la normalisation des produits, la normalisation de remèdes et de produits pharmaceutiques très importants. .

Cela me ramène à un point soulevé par quelques-uns des autres membres et sur lequel je voudrais obtenir plus de renseignements. Je veux parler des lois américaines du loyal commerce. Sauf erreur, elles visent surtout les produits pharmaceutiques. D'après la conception que j'en ai, si quelqu'un fabrique un certain produit, un produit de marque, — une chemise, par exemple, — il fait connaître ses chiffres et on lui déterminera un prix de vente. Le lendemain un de ses concurrents soumet aux autorités compétentes un article à peu près semblable, en se disant prêt à le vendre à meilleur marché. Le premier aura pu établir son prix à $4 et le second peut fixer le sien à, mettons, $3.75. Je suis en faveur de la concurrence dans le domaine des produits de marque de haute qualité. Je répète que je ne parle pas pour faire de l'obstruction, mais je crois que toute cette question est trop importante pour la régler en vitesse, et c'est à dessein que je dis "en vitesse". Personnellement, avant de me prononcer sur cette question, j'aimerais avoir plus de preuves. Les lois commerciales en vigueur aux États-Unis m'intéressent beaucoup. Je sais que M. Croll était de bonne foi en proposant son amendement.

M. CROLL : Bravo !

M. BLAIR : Les constatations que j'ai faites m'ont amené à prendre une attitude défavorable à la pratique de l'article sacrifié. Je crois qu'on a qualifié cette pratique de "néfaste" et elle me semble préjudiciable au commerce. D'autre part, je doute fort que l'amendement proposé par M. Croll soit applicable. On ne peut présenter des lois dont l'objet n'est pas parfaitement clair. Le Comité se rendra compte que je ne sais pas du tout à quoi m'en tenir sur cette question. Cependant les lois américaines du loyal commerce, d'après ce que j'en ai lu, méritent une étude attentive. Elles me paraissent de nature à pallier certains des inconvénients auxquels nous avons à faire face.

L'HON. M. GOLDING : Monsieur le président, je crois, qu'il convient de féliciter M. Croll, d'avoir proposé ce projet de résolution. Je crois qu'il a exigé de sa part beaucoup de temps et de travail.

Voici, en peu de mots, mon opinion. La loi qu'on se propose de faire adopter et que, je crois bien, on fera adopter tend à abolir la fixation des prix or, la résolution en question embrasse la fixation des prix en général, qu'elle soit utile, nuisible ou ni bonne ni mauvaise. Je vous expose très brièvement ce que j'en pense. Mon bon ami le juge Carroll a dit que tous les membres du Comité se rendent compte que la pratique de l'article sacrifié, qu'on la définisse ou non, a des conséquences déplorables chez les ouvriers, les hommes de professions, les fabricants, les détaillants et autres ; c'est une situation que tous les membres du Comité, je crois, tiennent à corriger.

Mais je n'ai pas la compétence voulue, et je crois que peu de membres du Comité la possèdent, pour dire ou décider quelle sorte de loi pourrait remédier à cette situation. Nous devrions adopter une résolution qui demanderait au Gouvernement d'étudier toute la question et de proposer une loi, s'il le peut, qui soit de nature à régler le problème que pose la pratique de l'article sacrifié. Sauf erreur, on songe à une loi en ce sens ; mon ami M. Shaw en a parlé. Je crois que tous les membres du Comité aimeraient qu'on prenne une initiative de ce genre. C'est la proposition que je voulais soumettre à votre attention.

MME FAIRCLOUGH : Je m'intéresse surtout au premier paragraphe, qui établit le prix minimum à 5 p. 100 au-dessus du prix coûtant. Je ne vois pas comment on peut établir un pourcentage commun à tous les commerces du pays. Par exemple, un bénéfice de 5 p. 100 sur certains produits alimentaires est plus élevé que celui qu'ils rapportent actuellement, tandis qu'un bénéfice de 5 p. 100 à l'égard d'articles de bijouterie, ou encore des réfrigérateurs, amènerait la vente d'articles vraiment sacrifiés. Il en est de même à l'égard des vêtements ; il existe quelques genres de vêtements saisonniers qui ne se vendent que durant une courte période et qu'on met de côté jusqu'à l'année suivante, car la mode en change très peu. D'autre part, il est des vêtements, comme les robes de femmes, qui changent avec chaque saison ; à la fin de la saison, un grand nombre de magasins de bon ton les offrent à des prix réduits. Je ne sais pas combien d'entre vous ont visité le magasin Filene à Boston ; on y voit de grandes affiches annonçant des marchandises offertes pendant sept jours à des prix réduits de tant, durant quatorze autres jours ils baissent encore de tant, et, sauf erreur, après six semaines, le client les obtient pour rien. J'ignore si cela se passe exactement ainsi, mais tel est le genre de réclame que pratique ce magasin ; c'est un moyen de toujours avoir un stock nouveau.

Durant la guerre, il appartenait à la Commission des prix et du commerce en temps de guerre de déterminer le prix de vente de presque toutes les denrées. Elle pouvait compter sur les conseils de comités consultatifs formés au sein des industries intéressées. La Commission ne donnait pas toujours suite à ces conseils, mais chacun de ses services bénéficiait de l'avis de spécialistes dans le domaine où s'exerçait son autorité. Des membres éminents des secteurs commerciaux intéressés, d'un bout à l'autre du pays, étaient invités à soumettre leurs vues aux divers administrateurs. On entendait leurs exposés d'opinions et des questions absolument étrangères aux administrateurs faisaient l'objet d'une discussion et on en tenait compte dans l'élaboration des programmes. La Commission des prix et du commerce a employé deux formules pour l'établissement des bénéfices : celle du pourcentage, puis, un peu plus tard, celle du bénéfice établi en cents et dollars. Cette dernière formule a été vigoureusement dénoncée par plusieurs milieux d'affaires, parce qu'elle ne tenait aucunement compte du montant investi par le marchand ou le distributeur dans ses produits.

Pour revenir au pourcentage de 5 p. 100, je signale une denrée alimentaire qu'on ne peut qualifier de périssable et dont la consommation est aussi élevée, sinon plus élevée, que celle de toute autre : le sucre. Le projet de résolution prévoit un bénéfice de 5 p. 100 sur le prix de revient. La plupart des témoins que nous avons entendus ici ont fondé leurs pourcentages sur le prix de vente, ce qui est aujourd'hui d'usage courant. Si l'on calcule le bénéfice que le marchand réalise sur le sucre à partir du prix qu'il lui coûte, on obtient le chiffre de 5.14 p. 100 ; si on le calcule sur son prix de vente, on n'obtient plus que 4.88 p. 100, ce qui est inférieur à la norme de 5 p. 100. Ainsi, si l'on retient cette norme, on peut dire que le sucre est toujours un article sacrifié.

Mais je crois qu'il y a bien des facteurs à considérer en cette affaire. Il est des commerces où le détaillant paie les frais de transport et d'autres frais de manutention des marchandises. Dans d'autres, c'est le distributeur qui assume ces frais. Il faudrait tenir compte de tous ces détails. Il est question des primes dans le projet de résolution, mais non pas d'allusion aux bons-primes. J'ignore si, quand il a parlé des primes, M. Croll songeait aussi aux coupons. La prime permet l'acquisition d'un article différent de celui que le client achète tandis que le coupon lui donne droit de se procurer, à prix réduit ou même parfois gratuitement, un deuxième ou un troisième article analogue à celui qu'il achète.

Je voulais simplement faire part de certaines opinions au Comité dans l'espoir qu'en les étudiant il comprenne combien il nous serait difficile d'établir un pourcentage de marge applicable à un grand nombre de produits.

M. CARTER : Monsieur le président, étant encore jeune et manquant d'expérience, j'hésite à exprimer une opinion en présence des nombreux parlementaires, hommes d'affaires et avocats distingués qui sont réunis ici. On dit cependant que les sots s'aventure sur des terrains où les sages redoutent de s'engager. J'ose exprimer l'avis que nous semblons, ce matin, avoir perdu de vue l'objectif principal de la mesure à l'étude qui n'est pas de combattre l'inflation, ni d'abaisser les prix ni de réduire le coût de la vie. Nous espérons tous que le projet de loi aura, dans ces domaines, une influence salutaire mais, sauf erreur, son but premier c'est d'empêcher les coalitions d'obtenir, par des ententes dites verticales, les résultats qu'elles ont obtenus jusqu'ici par des ententes horizontales. Voilà dans quels cadres il nous faut situer le problème que nous avons à examiner.

Nous avons tous à coeur la cause du petit, qu'il soit consommateur, petit détaillant ou petit fabricant. Nous lui voulons tous du bien et c'est pourquoi nous sommes reconnaissants à M. Croll d'avoir tenté d'exprimer cette sympathie dans une disposition législative. Cependant, n'étant pas avocat, je ne saurais dire si cette idée peut ou non se rattacher à la mesure à l'étude. A mon avis toutefois, elle ne tombe pas dans les cadres de notre objectif principal, la lutte contre les coalitions.

Les témoins que nous avons entendus nous ont représenté leurs associés sous un jour très peu flatteur. Pour la plupart d'entre eux, les puissantes entreprises et les gros fabricants canadiens sont ni plus ni moins des ogres qui n'attendent que l'occasion de fondre sur le petit commerçant pour lui livrer une guerre de prix et le ruiner tout simplement à seule fin de satisfaire leur égoïsme.

J'hésite à croire que nos hommes d'affaires soient bien différents du commun des mortels. S'ils le sont, nous avons lieu de nous en inquiéter

fortement et le problème qu'il nous faut résoudre n'est plus d'ordre économique ni commercial mais plutôt d'ordre moral. Or un problème moral ne peut être résolu par une mesure législative. C'est sur le plan moral qu'il faut l'envisager et, tout en partageant les sentiments que M. Croll a tenté d'exprimer, j'estime que, dans nos efforts pour trouver une réponse législative au problème soulevé par M. Croll, il nous faut nous contenter de nous prononcer contre la pratique dont il parle.

M. DICKEY : La question qui nous occupe a été traitée assez à fond par d'autres membres du comité. Je tiens à dire que j'appuie sans réserve le principe dont s'inspire la motion de M. Croll. M. Carter a défini l'objectif visé par le projet de loi sur la fixation des prix. En somme, nous voulons que la mesure profite au distributeur, au consommateur et par dessus tout à la collectivité. C'est donc un but louable que nous devons chercher a atteindre mais il nous faut en même temps nous assurer qu'en nous débarrassant d'un mal nous n'en créons pas un autre qui, à la longue, puisse devenir aussi néfaste, sinon plus, que le premier.

Si les témoignages ont établi un fait, c'est bien que en règle générale, les détaillants craignent les conséquences que pourraient avoir sur leurs entreprises un abaissement général des prix, le recours à la vente à perte et enfin une concurrence impitoyable. En outre, les dépositions montrent clairement que l'emploi des articles sacrifiés et les autres méthodes de concurrence sans merci ne représentent pas pour eux un problème pressant en ce moment puisque, depuis quelques années du moins, dans les domaines où la fixation des prix se pratique, ils n'ont pas eu à souffrir, ni individuellement ni collectivement, d'une concurrence impitoyable. Dans biens des domaines de l'activité commerciale, la fixation des prix n'existe pas. Si nous voulons, par une mesure législative, libérer effectivement notre économie de la fixation des prix, dans la mesure où elle se pratique actuellement, il nous faut d'abord nous demander si la situation en sera appréciablement modifiée pour ce qui est des ventes à pertes ou de la guerre des prix car, si je comprends bien, c'est parce que nous voulons rétablir la concurrence que nous songeons à interdire la fixation des prix. Les détaillants s'inquiètent du tort qu'on pourrait ainsi leur causer car ils estiment qu'un abaissement déraisonnable des prix supprimerait la concurrence qui existe en ce moment dans le commerce de détail et que, en définitive, on se retrouverait à peu près au même point. Il nous faut donc considérer les mesures que nous pouvons prendre non seulement pour protéger le détaillant dans cette nouvelle situation mais pour lui assurer que nous ne voulons nullement sa ruine et que nous n'avons aucunement l'intention de lui causer du tort.

Comme cette question m'inquiète, j'ai étudié très attentivement les dispositions actuelles du Code criminel, c'est-à-dire l'article 498 (*a*) dont il est est assez long, je ne cite que le point qui m'intéresse, celui qui a trait à la question dans quelques mémoires qu'on nous a soumis. Comme cet article fixation des prix. Voici comment débute cette disposition :

> Est coupable d'un acte criminel et passible d'une amende . . . toute personne engagée dans le commerce ou l'industrie . . .

On énumère ensuite les sanctions.

> . . . qui entreprend de vendre des marchandises à des prix déraisonnablement bas afin de détruire la concurrence ou d'éliminer un concurrent.

A la lumière d'observations formulées par d'autres membres du comité, il me semble évident qu'il nous faudra définir, en termes généraux, ce que

nous entendons par les articles sacrifiés. Il nous faudra nous demander si la définition générale qu'en donne la loi actuelle correspond, d'aussi près que possible, au but que nous voulons atteindre. Peut-être devrons-nous plutôt recourir plus souvent aux lois déjà existantes pour régler les cas qui pourront se présenter à l'avenir, cas qui, d'après les témoignages que nous avons recueillis, n'ont pas causé de grave problème depuis dix ou quinze ans ou même depuis plus longtemps.

M. FULTON : Comme il nous est agréable d'entendre M. Dickey louer une mesure législative adoptée par le gouvernement Bennett !

LE PRÉSIDENT : Magnifique, monsieur Fulton ! Vous approuvez sans doute cette loi, vous aussi. D'autres députés ont-ils des observations à formuler à ce sujet ?

M. CROLL : M'accorde-t-on quelques minutes de réplique ?

LE PRÉSIDENT : Aucun autre membre du comité n'a eu cet avantage.
M. HEES : Donnons-lui en la chance.

LE PRÉSIDENT : M. Croll ne veut pas de traitement de faveur. Qu'on me permette maintenant de me reporter à l'article 63 du Règlement, commentaire No 552 des règles de la Chambre des communes :

> On permet aux étrangers d'assister aux réunions d'un comité de la Chambre des communes mais ils peuvent être tenus, en tout temps, de se retirer et ils doivent le faire quand le comité débat un point particulier du Règlement ou délibère au sujet de son rapport.

Comme nous devons maintenant passer à l'étude de notre rapport, nous suspendons la séance quelques instants pendant que les étrangers se retirent.

Le Comité siégera maintenant à huis clos en vue de l'examen de son rapport.

APPENDICE A

MÉMOIRE

du

CONSEIL NATIONAL FÉMININ

du Canada

au

COMITÉ MIXTE DU SÉNAT ET DE LA CHAMBRE DES COMMUNES POUR L'ÉTUDE DE LA LÉGISLATION RELATIVE AUX COALITIONS

PRÉSIDENCE CONJOINTE :

M. JAMES SINCLAIR, député — L'hon. sénateur A.-L. BEAUBIEN

24 NOVEMBRE, 1951

Le présent mémoire est soumis au nom du Conseil national féminin. Le Conseil représente 23 sociétés établies sur le plan national et 51 organismes régionaux répartis partout au pays et comptant 600,000 membres en tout. L'intérêt que porte le Conseil national féminin au problème de la fixation des prix de revente n'est pas nouveau. En 1948, de concert avec l'Association canadienne des consommateurs, il a soumis un mémoire à la Commission Curtis qui faisait enquête sur les prix et, en 1950, il a endossé le mémoire adressé par l'Association canadienne des consommateurs au comité MacQuarrie. Dans ces deux exposés, on s'opposait énergiquement à la pratique de la fixation des prix de revente.

Une fois de plus, le Conseil désire se prononcer sans hésiter contre la fixation des prix parce qu'il la juge incompatible avec notre régime de libre entreprise.

Après un examen soigneux de tous les rapports et des arguments invoqués par les fabricants, les grossistes et les détaillants en faveur de la fixation des prix de revente, le Conseil a la ferme conviction que cette pratique ne protège *pas* notre liberté économique et qu'elle n'accroît *pas* le rendement. Il croit plutôt qu'elle limite la concurrence au moyen d'ententes entre particuliers et qu'elle tend à *nuire* à l'efficacité économique.

A seule fin d'insister, le Conseil désire résumer les principaux arguments du rapport MacQuarrie qu'il approuve sans réserve.

I. La fixation du prix de revente unit à la concurrence sur deux plans :

(1) Sur le plan de la vente au détail, elle supprime la concurrence. Elle permet à chacun des détaillants de s'entendre avec le fabricant en vue de la vente de son produit à un prix fixé. Bien que la loi interdise aux vendeurs de conclure entre eux une entente relativement à la fixation des prix, ce régime d'ententes séparées aboutit au même résultat et, à notre avis, se substitue parfaitement aux cartels.

(2) Sur le plan de la fabrication, elle tend à éliminer la concurrence. Quand plusieurs entreprises puissantes dominent une industrie, une entente tacite à l'égard des prix constitue une coalition qui sans être officielle n'en est pas moins très efficace et que la loi ne peut rompre.

II. La fixation des prix de revente, en édifiant un régime de prix peu satisfaisant, nuit au progrès économique. Elle substitue à la concurrence libre un régime arbitraire et artificiel. Le fabricant, qui n'est pas au courant des frais généraux des magasins de détail et qui n'a pas placé de fonds dans ces entreprises, en contrôle l'exploitation.

III. La fixation des prix de revente nuit à l'efficacité du régime de distribution et empêche la réduction des prix. Elle est donc incompatible avec les intérêts du consommateur.

IV. C'est au consommateur et *non* au fabricant que doit revenir le droit d'influer sur les prix de détail et sur les méthodes commerciales. Il n'est pas avantageux pour le Canada ni pour le commerce que l'inefficacité, où qu'elle se trouve, soit subventionnée par le consommateur.

D'accord avec le Rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix et avec le Rapport provisoire du comité spécial chargé de l'étude de la loi des enquêtes sur les coalitions, le Conseil conclut que le consommateur doit être laissé entièrement *libre de choisir* non seulement le produit et le genre de services qu'il désire mais qu'il doit obtenir un prix correspondant au coût du service ou du produit qu'il achète.

Régime de concurrence de la libre entreprise

Le Conseil national féminin tient à s'arrêter davantage aux conséquences de la fixation des prix de revente sur les principes qui servent de base à notre économie supposément libre et à démontrer jusqu'à quel point ces pratiques restrictives entravent la liberté dont le consommateur devrait jouir, c'est-à-dire :

1. Liberté du choix, c'est-à-dire liberté de choisir entre différents prix pour un même article.

2. Liberté de marchander de même que, pour le détaillant, liberté de faire concurrence aux autres détaillants, dans les domaines des prix et des services. Sous le régime de la fixation des prix de revente, ni le détaillant ni l'acheteur ne sont libres.

Il y a trois méthodes de réglementation :

1. La réglementation gouvernementale directe imposée par les représentants élus par le peuple, dans l'intérêt du peuple, soit

(*a*) La fixation de tarifs ferroviaires pour les marchandises et les voyageurs et l'établissement de tarifs téléphoniques.

(*b*) La fixation du prix du lait par des offices provinciaux.

(*c*) Les réglementations d'urgence, notamment l'établissement de prix maximums en temps de guerre.

2. La fixation des prix de détail par les fabricants. Cette méthode, dite de fixation des prix de revente, équivaut à la réglementation des prix par le fabricant, dans son propre intérêt et dans celui du détaillant, sans égard pour le consommateur.

Le fabricant peut même s'approprier le rôle de législateur et s'arroger le droit de punir le marchand qui ne se conforme pas au règlement et aux lois établis par lui. C'est ainsi qu'il peut refuser d'exécuter des commandes. Voici ce qu'on déclare à ce propos dans le rapport du comité Lloyd Jacob d'Angleterre : (Début de la citation) "L'Association professionnelle des marchands d'articles brevetés, qui jouit d'une grande autorité sur les pharmaciens et les droguistes du pays, a des

pouvoir très étendus. Si un pharmacien tente de vendre un article au-dessous du prix de nomenclature, elle peut lui refuser tout accès à ses 2,000 produits. Elle peut imposer une amende de £25 pour une première offense et de £50 pour une deuxième". (Fin de la citation). Par cette pratique autoritaire, une association assume des pouvoirs qui ne sont dévolus qu'aux cours criminelles.

3. Le contrôle des prix au moyen de la concurrence, régime qu'approuve actuellement la loi canadienne.

> Tolérer la fixation des prix de revente, c'est aller à l'encontre de la loi puisque cette pratique restreint la libre concurrence à l'égard des prix en fixant un prix uniforme pour un même article vendu dans le voisinage de la fabrique ou à 2,000 milles de distance, ou offert dans un établissement luxueux muni d'escaliers mobiles, pourvu d'un comptoir de crédit et ayant à son service des commissionnaires en livrée, ou dans un petit magasin de campagne à parquet de bois qui n'a pas de service de livraison.

Le consommateur veut conserver le droit de choisir entre le prix tout court et le prix majoré des frais de service.

Coût de la réclame — La fixation des prix de revente supprime la concurrence à l'égard des prix et favorise la concurrence à l'égard de la réclame. Les annonces augmentent les frais et relèvent les prix.

Le petit détaillant — Un des principaux arguments qu'on invoque en faveur de la fixation des prix de revente c'est qu'elle protège le petit marchand qui peut ainsi survivre malgré l'expansion des magasins à succursales. A cela nous répondons que, s'il n'est protégé qu'à l'égard de 5 p. 100 de la marchandise qu'il offre en vente, il lui faut soutenir la concurrence à l'égard des 95 p. 100 qui restent. D'autre part, si la protection s'étend à 20 p. 100 ou plus des articles, la libre concurrence en souffre et le consommateur pourrait profiter d'une rivalité plus active.

Articles sacrifiés — Le Conseil accepte la conclusion du rapport MacQuarrie suivant laquelle "la pratique de l'article sacrifié est une méthode monopolisatrice qui ne favorise pas le bien général et qui est en conséquence incompatible avec l'intérêt public". Mais il n'est pas de l'avis du comité quand celui-ci déclare dans son rapport qu'il ne juge pas impérieux de soumettre à la hâte une proposition immédiate à ce propos. Le Conseil estime que la concurrence convient à l'entreprise libre mais qu'elle ne doit pas mener à la pratique de l'article sacrifié. Autrement dit, il importe de condamner expressément cette manoeuvre dans le projet de loi. Non seulement l'article sacrifié entraîne des guerres de prix et fait reposer le commerce sur une base factice mais il est néfaste pour le fabricant et, à la longue, pour ses employés. C'est pourquoi il faut que la loi interdise cette pratique qui, du reste, est une cause d'insécurité pour le consommateur. On pourrait peut-être prendre des moyens analogues à ceux que prévoit la loi des enquêtes sur les coalitions ou recourir aux autres méthodes qu'il sera possible d'imaginer. Ce qui importe, c'est de combattre cette pratique. Il faut que le fabricant appuie sans réserve toute mesure législative en ce sens et qu'il collabore à son application. S'il sait que ses produits ne seront pas vendus à sacrifice, il sera mieux disposé à accepter une loi de cette nature.

Notre régime de libre entreprise ne saurait survivre si nous refusons d'approuver la mesure projetée contre la fixation des prix de revente. Si

cette pratique n'est pas interdite, comment pourrons-nous empêcher qu'elle s'étende à tous les articles mis en vente au Canada ?

Le fabricant aurait alors la haute main sur tout notre commerce. Il pourrait réglementer la vente dans son propre intérêt, punir les marchands récalcitrants en leur enlevant la liberté de marchander. En un mot, il serait le maître absolu dans son domaine.

Les hommes d'affaires demandent au Gouvernement de les libérer de sa réglementation mais en même temps ils luttent pour conserver le droit d'imposer leur propre réglementation. Quand les régies deviennent trop oppressives, le peuple peut exprimer sa dissatisfaction en renversant le Gouvernement mais il n'a aucun pouvoir contre l'autorité que le fabricant exerce par l'entremise du vendeur.

Les pays de notre continent qui vivent sous un régime d'entreprise libre et de concurrence active font l'envie du reste du monde. Sachons conserver cette liberté.

Respectueusement soumis,

La présidente de la division économique,
Mme T. D. Clark Hamilton.

et

La présidente de la division juridique,
Mme F. E. Underhill,

La conseillère juridique (hon.) CNF,
Mme A. H. Lieff,

La présidente du Conseil national féminin,
Enid Turner Bone,
(Mme A. Turner Bone).

APPENDICE B

Au comité parlementaire chargé d'enquêter sur
la fixation des prix de revente,
Ottawa, Canada.

Législation concernant la fixation des prix de revente

1. La *Great Western Garment Company Limited* (appelée ci-après "la Société") demande à faire part au comité de son opposition au projet de modification de la loi des enquêtes sur les coalitions en vue d'interdire aux fabricants de fixer les prix de revente.

2. La Société, qui fabrique des vêtements de travail, a ses établissements à Edmonton (Alb.). Elle est la plus importante de ce genre au Canada. Ses produits sont distribués partout au pays et tous, depuis plusieurs années, portent des marques de commerce. Dans la plupart des cas, le prix de détail est marqué sur le vêtement à la fabrique même. Cette pratique remonte à 1935 et, de l'avis des administrateurs de la Société, elle s'est révélée avantageuse à la fois pour le consommateur et pour le détaillant.

Les dirigeants de la Société, de même que beaucoup de détaillants, — comme on le verra plus loin, — sont d'avis que l'application de la mesure projetée nuirait aux meilleurs intérêts du consommateur, du détaillant et du fabricant.

3. Interdire la fixation des prix de détail, c'est-à-dire des prix établis et maintenus par le fabricant ou par le distributeur, ferait rétrograder de 50 à 60 ans nos méthodes commerciales et supprimerait en même temps les normes de valeur sur lesquelles le consommateur peut actuellement s'appuyer.

Avec le temps, beaucoup de fabricants se sont rendu compte qu'il leur était plus profitable de fournir aux consommateurs des articles de bonne qualité à un prix raisonnable, compte tenu des risques assumés par le détaillant à l'égard de la vente de ces articles. Il y a plusieurs années, beaucoup de marchands majoraient uniformément et appréciablement le prix de tous les produits qu'ils offraient en vente, y compris ceux qui comportaient le moins de risque, de sorte que les bénéfices plus élevés qu'ils obtenaient de la vente de cette dernière catégorie d'articles leur permettaient de tenter certaines expériences et de garder en stock des articles périssables, les pertes à cet égard étant compensées par les bénéfices obtenus des produits principaux de la catégorie des articles indispensables.

Il est impossible au consommateur moyen de déterminer la véritable valeur des produits. Il n'a pas de point de comparaison. L'histoire des dernières années démontre que les fabricants et les détaillants rendent un très précieux service au public en offrant au consommateur de bons produits et en se contentant d'un modeste bénéfice à l'égard de chaque article. Grâce à la vente à prix fixé, le consommateur possède une norme de comparaison.

Il n'y a pas si longtemps, les détaillants n'indiquaient pas les prix en chiffres sur les produits et le consommateur devait marchander s'il estimait que le prix demandé n'était pas juste. Les marques de commerce n'étaient pas connues car la fabrication des vêtements de travail venait à peine d'être déplacée de la maison à l'usine. Il était alors extrêmement difficile de trouver des produits d'une haute qualité uniforme. Cependant, certains fabricants et détaillants avaient compris que le consommateur a droit à des produits d'un rendement maximum ; ils ont donc refusé de fabriquer ou de vendre des articles de qualité inférieure à seule fin d'en retirer des bénéfices, sans tenir dûment compte des intérêts du consommateur. C'est de là qu'est venue la pratique des marques de commerce, devenue depuis très populaire, parce qu'elle garantit aux consommateurs un produit de qualité uniforme à un prix raisonnable.

C'est un fait reconnu, — ce point ressort du rapport de la Commission, — qu'on s'est porté à l'attaque de cette méthode commerciale en recourant à la pratique de l'article sacrifié.

Connaissant la qualité des produits portant une marque de commerce, les consommateurs ont appris à attendre le moment de ces ventes à perte pour s'approvisionner. La crainte de cette pratique a donc poussé le petit détaillant, dont la sécurité était menacée, à ne plus garder en stock les produits étiquetés. Il était tout naturel que la vente de ces produits subisse un fléchissement. Plusieurs sont même disparus du marché.

La Société, comme beaucoup d'autres fabricants, a jugé qu'il était très important d'offrir des vêtements de travail et autres articles indispensables dans les petits magasins. D'autre part, elle s'est rendu compte qu'on ne pourrait pas y parvenir si le consommateur pouvait attendre la vente d'articles sacrifiés pour se procurer les produits nécessaires à un prix beaucoup plus bas que les prix courants établis raisonnablement par le petit détaillant.

En conséquence, beaucoup de fabricants de produits portant une marque de commerce, y compris notre Société, ont indiqué sur leurs articles le prix

de détail et ont surveillé les ventes. Dans l'établissement de ce prix, ils ont assuré au détaillant un bénéfice proportionnel au risque qu'il assumait. Le détaillant ne pouvait plus vendre ces articles à un prix supérieur ou inférieur au prix fixé.

Les prix fixés par la Société étaient, et sont encore, moins élevés que ceux qu'exigent les fabricants d'articles analogues sans la fixation des prix de revente. En conséquence, la popularité de nos produits s'est énormément accrue depuis quelques années. La preuve soumise au comité établira que notre attitude a maintenu le prix des vêtements de travail, de ceux qui portent une marque de commerce aussi bien que des autres, à un niveau moins élevé que celui qu'on aurait atteint aujourd'hui sans la fixation des prix.

Il ne vaut guère la peine d'insister sur le fait que le fabricant a tout intérêt à accroître autant que possible le volume de ses ventes et à offrir, à un prix raisonnable, un produit de la meilleure qualité. Par ce moyen, il se gagnera la confiance du public. Soit dit en passant, cette méthode de vente met entre les mains du consommateur, pour la comparaison des valeurs, une norme dont il lui faudrait autrement se passer.

Le but de la Société est de fournir aux consommateurs canadiens les meilleurs produits qu'on puisse trouver au Canada ou ailleurs et, en fixant un juste prix de détail, de s'assurer que ces produits leur sont offerts à un prix raisonnable, uniforme partout au pays. La Société garantit en même temps au détaillant une marge juste suffisante pour couvrir ses frais et lui assurer un bénéfice raisonnable. Pour faire beaucoup d'argent, il lui faut augmenter le volume de ses ventes car il lui est impossible d'accroître ses bénéfices en majorant les prix.

Dans ses efforts pour inculquer ce principe à ses propres détaillants, à savoir la vente de produits de haute qualité au prix le plus bas possible en vue de se gagner la clientèle du consommateur, la Société a publié, en 1936, un dépliant dans lequel elle explique cette méthode commerciale. Nous y reviendrons plus loin. Cette brochure a été distribuée aux commis-voyageurs qui en ont ensuite discuté avec les détaillants. Nous en avons déposé des copies photostatiques parce qu'on y expose très clairement la genèse de ce programme ainsi que les raisons qui l'ont motivé.

Seuls quelques détaillants qui s'opposaient, en principe, à la limitation de la marge de bénéfice, ont trouvé à redire à cette méthode de vente. Encore aujourd'hui, il y en a qui n'achètent nos produits que parce que le consommateur insiste sur la marque de commerce.

La Société a pu constater que des détaillants tentaient de dissuader les clients d'acheter ses produits et qu'ils leur offraient plutôt leurs propres marques ou d'autres dont le prix n'est pas fixé et à l'égard desquelles leur marge de bénéfice est beaucoup plus élevée.

Il n'existe pas actuellement, sur le continent nord-américain, de salopettes de toile de qualité égale à celle dont se sert la Société. Toutefois, les marques rivales dont les prix ne sont pas fixés se vendent à peu près le même prix bien qu'il soit possible de prouver qu'elles sont de qualité inférieure. Dans certains cas, des salopettes dont la qualité est inférieure à nos propres produits bien que supérieure à celle des salopettes dont nous venons de parler, se vendent jusqu'à $1 de plus l'unité.

La *National Garment Manufacturers Association of Canada* est un organisme qui compte plus de 100 membres dont la plupart fabriquent des vête-

ments de travail. D'autres fabricants de ces mêmes articles ne font pas partie de l'Association. Tous cependant, à quelques rares exceptions près, n'imposent aucune restriction à l'égard des prix.

Si le programme de fixation des prix adopté par la Société nuisait aux consommateurs, il serait inconcevable que ses marques de commerce soient plus en demande, — et c'est un fait, — que n'importe quelle autre marque au Canada.

Le public peut choisir entre des vêtements de travail dont le prix n'est pas fixé et ceux de notre Société et d'autres compagnies dont les prix sont uniformes. Or il est possible de démontrer que ce sont nos produits qui sont les plus populaires au Canada. On peut donc en conclure que les consommateurs approuvent nos méthodes commerciales.

Le rapport de la Commission reconnaît que la pratique de la vente à sacrifice, qui représente un des plus graves dangers que comporte l'adoption de la mesure législative projetée, favorise le monopole. On ne dit pas un mot cependant des autres moyens auxquels il serait possible de recourir pour supprimer cette pratique néfaste de l'article sacrifié.

Le fait que 688 marchands de toutes les parties du pays aient signé la lettre ci-dessous indique bien que les détaillants canadiens approuvent les méthodes commerciales de la Société. Voici la lettre qu'ils ont signée :

LE 6 NOVEMBRE, 1951.

L'hon. S. Garson, C.R., M.P.,
Ministre de la Justice,
Ottawa.

Les sousignés, tous marchands détaillants indépendants, vendeurs d'articles de vêtement fabriqués par *The Great Western Garment Company Limited* à l'usage des ouvriers et faisant affaires à l'adresse indiquée en regard de leurs signatures, désirent faire part des observations qui suivent au sujet de la mesure législative projetée touchant l'interdiction, pour le fabricant, de fixer les prix, c'est-à-dire touchant la pratique communément appelée fixation des prix de revente.

1. Telle qu'elle est pratiquée par la *Great Western Garment Company Limited,* la fixation des prix protège l'ouvrier. Elle lui assure un vêtement de première qualité à un prix minimum. Grâce à la marque de commerce, le travailleur est certain d'avoir pour son argent. Sous le régime de ce plan, nous, détaillants, ne touchons que 21.4 p. 100 du prix de vente des salopettes bleues de coton denim, soit le bénéfice le plus bas compatible avec notre survivance et beaucoup moins que ce que nous touchons à l'égard d'articles dont le fabricant ne fixe pas le prix.

2. La fixation du prix de revente par des fabricants particuliers qui ont à coeur le bien du consommateur met fin à la pratique de la vente dite à sacrifice, pratique contre laquelle nous ne pouvons rien à cause d'une marge de bénéfice trop faible. Les articles sacrifiés tendent à détruire la marque de commerce et enlèvent ainsi au consommateur toute norme pour la comparaison des valeurs.

3. Le marchand détaillant a sa place dans l'économie canadienne. Notre commerce repose sur l'initiative personnelle et sur le contact personnel

avec le consommateur. Dans l'intérêt du public, il importe que nos services soient maintenus sur une base juste et raisonnable.

Respectueusement soumis,

THE GREAT WESTERN GARMENT COMPANY LIMITED,

Le président,
C. D. JACOX.

APPENDICE C

M. le président, messieurs les membres du Comité parlementaire d'enquête sur la fixation des prix de revente.

Je vous soumets le présent mémoire au nom de l'Association des marchands détaillants de la Saskatchewan qui tient à s'opposer à la mesure dont vous projetez l'adoption en vue d'interdire la fixation des prix de revente. Il importe, croyons-nous, de définir clairement les questions en jeu car, à la suite de ce qui a été dit jusqu'ici, la confusion règne à ce sujet. Il convient de se demander d'abord si la mesure projetée est effectivement propre à combattre l'inflation, puisque c'est la raison invoquée par le Gouvernement. Deuxièmement, il faut savoir si les conclusions exposées par le comité MacQuarrie dans son rapport provisoire sont saines et valides au point de vue de l'application du projet de loi à l'étude. Nous tenons à souligner que le comité MacQuarrie avait pour mission d'étudier la loi actuelle des enquêtes sur les coalitions et de formuler des propositions afin de faire de cette loi un instrument plus efficace pour l'expansion et la protection de notre économie libre. Son rôle n'était pas, ni n'a jamais été, d'étudier les causes de l'inflation ni de proposer les mesures à prendre pour l'enrayer. Nous signalons ce fait afin de démontrer que le comité MacQuarrie n'a pas proposé d'interdire la fixation des prix en vue d'enrayer l'inflation ou de faire adopter une mesure anti-inflationniste. Il y a donc grave contradiction dans les raisons que le Gouvernement invoque à l'appui de son projet de loi.

Dans le discours du trône, on indique que la mesure à l'étude est la seule à laquelle le Gouvernement se proposait de recourir pour combattre l'inflation. Il s'ensuit donc nécessairement que, de l'avis du Gouvernement, la fixation des prix de revente favorise l'inflation. Ici encore, je tiens à souligner qu'il ne faut pas appuyer ce raisonnement sur les conclusions du comité MacQuarrie puisque l'enquête de cet organisme ne portait pas sur l'inflation. De fait, il n'est pas prouvé que la fixation des prix de revente favorise l'inflation et il faudrait que ceux qui s'opposent le plus vigoureusement à cette pratique soient doués d'une grande ingéniosité pour qu'il leur soit possible d'établir que la fixation des prix a favorisé de quelque façon l'inflation. Le fait est, messieurs, que le prix des produits vendus à prix fixés a monté beaucoup moins que celui des produits dont le prix joue librement. Chose certaine, il a monté beaucoup moins que l'indice du coût de la vie. Le comité ferait bien de vérifier ce renseignement, s'il le juge à propos.

Je cite maintenant un passage du discours du trône (hansard du mardi 9 octobre 1951). Le premier ministre y déclare : "Le Gouvernement partage entièrement l'inquiétude de notre population à l'égard de la hausse du coût de la vie attribuable aux pousées inflationnistes qui se font sentir sur les plans national et international. Mes Ministres prendront toutes les mesures qu'ils estimeront efficaces pour enrayer l'inflation tout en protégeant la

liberté de nos institutions. Les mesures anti-inflationnistes déjà en vigueur ont enrayé la montée des prix des biens de consommation et des services sur lesquels s'exerçait leur action.

Le Gouvernement a reçu, de la Commission chargée d'étudier la loi relative aux coalitions, un rapport intérimaire recommandant l'interdiction aux fournisseurs de marchandises d'obliger ou d'induire les distributeurs à revendre ces marchandises à des prix de revente fixes ou minimums.

Vous serez priés de prendre des dispositions découlant du rapport intérimaire de la Commission.

Le lundi 15 octobre, — je cite de nouveau le hansard, — le premier ministre déclarait à propos de la fixation des prix de revente, "Chose certaine, c'est un problème sur lequel se penchent ceux qui s'intéressent vraiment aux mesures propres à mettre un frein aux prix élevés que les consommateurs doivent verser pour les denrées dont ils ont besoin".

A la page 45, même numéro du hansard, le premier ministre disait : "Quant aux autres mesures immédiates en vue d'enrayer l'inflation, je répète que la seule que nous soyons disposés à présenter pour l'instant, — peut-être y en aura-t-il d'autres éventuellement, — est celle qui découlera du rapport du comité sur les coalitions au sujet des prix de revente. Je ne crois pas qu'elle influe très appréciablement sur l'indice du coût de la vie". A la même page, parlant des méthodes de distribution, il ajoutait : "Mais elles sont coûteuses pour l'instant.

Messieurs, si ces méthodes n'étaient pas coûteuses, cela serait mauvais signe. L'expansion des services destinés aux consommateurs coûte cher ; la construction coûte cher ; les loyers, la main-d'œvre et la fabrication coûtent cher et, n'importe quel contribuable peut le dire, le gouvernement coûte cher. On ne doit donc pas s'attendre que la distribution des produits de détail fasse exception.

Ces passages, que vous pouvez relire à votre gré, démontrent clairement que, dans l'esprit du Gouvernement, la mesure projetée vise à enrayer l'inflation. S'il n'est pas possible d'établir que la fixation des prix de revente a favorisé l'inflation, la raison même que le Gouvernement invoque n'est pas logique.

Le premier ministre a dit, — j'ai cité ses paroles, — qu'à son avis la mesure projetée n'apporterait guère de changement au niveau des prix. Dans son mémoire, le Congrès canadien du travail se dit également d'avis que les conséquences de la mesure sur le niveau des prix seront presque imperceptibles. Si le Gouvernement ne croit pas que l'interdiction de cette pratique soit propre à combattre l'inflation, il nous est bien difficile de comprendre comment on peut qualifier d'anti-inflationniste la mesure législative à l'étude. Nous espérons que le Comité jugera à propos de faire préparer un indice des prix des produits assujettis à la fixation. On constatera que cet indice n'a pas monté autant que celui du coût de la vie ni que celui des produits à vente libre. Nous espérons aussi que le Comité vérifiera l'authenticité du fait que les bénéfices accordés par les fabricants aux détaillants sous le régime de la fixation des prix de revente sont plus faibles que ceux qu'autorisait le Gouvernement durant la guerre, période critique où le Gouvernement avait la main haute sur l'économie canadienne par l'entremise de la Commission des prix et du commerce. Comment peut-on prétendre que les bénéfices du détaillant sont trop élevés, quand ils le sont moins que ceux qu'autorisait le Gouvernement durant une période critique.

Maintenant, messieurs, le Président a dit que le Comité ne se soucie pas des bénéfices, mais plutôt de savoir si le consommateur ne pourrait pas acheter le produit à meilleur marché. Il serait fort insensé d'essayer de démontrer que certains produits de marques connues qui font l'objet d'une publicité nationale ne pourraient se vendre à prix réduit ; vous êtes suffisamment au courant de la concurrence fondée sur l'article sacrifié pour comprendre clairement que dans les cas où s'exerce la concurrence dans certaines régions en particulier, le consommateur paiera moins cher certains produits.

Je vous citerai un passage du rapport de la Commission royale d'enquête sur les prix, publié en 1949. Ce rapport a été présenté par le président de cette commission, M. C. A. Curtis, le 8 mars 1949. Dans le chapitre consacré aux majorations des prix coûtants et marges, le rapport expose que "au fond l'essentiel c'est de déterminer dans quelle mesure les bénéfices, dans la distribution, ont modifié ou pouvaient modifier le mouvement des prix. En fait, le prix d'achat de la marchandise et le coût d'exploitation du marchand sont les deux principaux éléments qui déterminent son prix de vente, dans la plupart des cas. Aussi, l'élimination de tout profit ne se traduirait-elle, en définitive, pour le consommateur, que par une très légère épargne". En ce qui concerne la fixation des prix de revente, la Commission déclare qu'elle n'a pas trouvé cette pratique de nature "à jouer un rôle important dans la hausse récente des prix".

Nous estimons, messieurs, que si les conclusions de la Commission royale d'enquête sur les prix étaient fondées, la fixation des prix de revente n'a pas, comme le Gouvernement l'a laissé entendre à la Chambre, favorisé l'inflation.

En ce cas, et si le Comité reconnaît, comme principe d'affaires, qu'il est impossible de vendre quoi que ce soit sans bénéfice, il est très simple d'admettre que le profit cumulatif sur les nombreux articles offerts en vente doit demeurer le même si l'on veut que le commerce continue de rapporter des bénéfices. Ce principe s'applique à tous les détaillants, quelle que soit leur importance.

Il ne faut pas confondre l'importance d'un détaillant et son empressement à couper les prix avec le souci primordial de servir l'intérêt public. Au contraire, la maison qui peut gagner, en annonçant des prix réduits, la confiance du public à l'égard du niveau moyen des prix courants en vigueur dans ce genre de commerce, place le détaillant dans une situation très enviable en lui permettant de récupérer les bénéfices perdus sur des marques de commerce privées, alors que la valeur des produits ne supporte pas la comparaison et que la fixation des prix maximums établis par la loi ne veut plus rien dire.

Je crois que la mesure projetée redonnera, chez l'acheteur, un cachet d'actualité au dicton qu'on n'entendait plus depuis longtemps : "Caveat emptor" — "Que l'acheteur prenne garde !"

On ne peut catégoriquement affirmer qu'une pratique impliquant certaines restrictions en affaires soit en conflit avec notre conception juridique et morale des ententes commerciales. Ainsi, le fabricant qui vend ses propres marchandises au détail ou qui choisit des distributeurs exclusifs de ses produits, a recours à une mesure qui a pour effet de restreindre la concurrence à l'égard de ses produits, et cependant on ne considère pas cette pratique comme monopolisatrice. Nous ne nous exposerons pas à diminuer le mérite de notre cause en essayant de convaincre le Comité que la fixation des prix de revente n'est pas une mesure restrictive, mais il ne s'ensuit pas qu'elle soit monopolisatrice ; au contraire, elle protège les fabricants, les grossistes,

les détaillants et le consommateur en général contre certaines pratiques qui frisent le monopole et qui provoquent une concurrence déloyale à l'égard des prix, ce qui est nuisible à l'économie canadienne. Ces pratiques que la fixation des prix sert à combattre faisaient l'objet du rapport Stevens préparé en 1934 par la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix qu'avait instituée le même gouvernement ; or cette enquête démontra que ces pratiques étaient contraires à l'intérêt public. Je veux parler de certaines pratiques comme celle de la vente à perte, méthode financière qu'on ne saurait défendre même si elle se révèle efficace. Cette pratique est destinée à arracher des clients aux concurrents, mais en réalité les seuls marchands dont les affaires périclitent sont ceux qui ne peuvent se permettre de vendre à un prix n'assurant aucun bénéfice, simplement parce qu'ils n'ont pas de ressources financières suffisantes pour tenir le coup. Une telle loi pourrait en réalité obliger une foule de petits marchands à abandonner les affaires. Ceux qui s'opposent à la mesure soutiennent que la fixation des prix protège les marchands incompétents aux dépens du consommateur. Il n'en est pas du tout ainsi ; autrement, les prétendus géants du commerce efficace retireraient de leurs mises de fonds des revenus bien supérieurs à ceux des autres commerçants et industriels.

On ne peut nier que plusieurs commerces dont le chiffre d'affaires est très élevé doivent s'assurer des marges de bénéfices supérieures à celles qui suffisent aux petits marchands compétents. Vous vous demanderez sans doute tout d'abord pourquoi le petit marchand en souffrirait. La réponse est simple : les magasins importants qui vendent de fortes quantités de marchandises achetées grâce à des capitaux énormes, soit pour des magasins uniques soit pour des chaînes de magasins, disposent d'un pouvoir d'achat qui suffit à induire le fabricant à conclure des marchés en vue de sauvegarder la marge de profit de ces détaillants, ce que ne peuvent faire les petits détaillants, si compétents soient-ils. En vérité, je crois que la plupart des détaillants tiendront le coup, car ils tenteront de protéger à tout prix leurs mises de fonds considérables. Mais ils n'y réussiront qu'au préjudice des conditions du travail ; ou bien ils seront contraints de comprimer les salaires ou de congédier d'innombrables employés à qui le Gouvernement ne permet pas de travailler plus qu'un certain nombre d'heures. Messieurs, une loi qui menace d'influer à ce point sur les conditions de travail dans ce secteur mérite d'être étudiée très attentivement. Que ces employés ne soient pas syndiqués, cela ne change rien à leur situation.

On a prétendu que cette loi contribuerait à grossir le chiffre d'affaires du commerçant important et à réduire celui du petit marchand ; je vais essayer de démontrer aux membres du Comité pourquoi il en serait probablement ainsi. En consultant le rapport intérimaire de la Commission, on relève plusieurs exceptions importantes à l'appui général qu'ont donné à la fixation des prix les fabricants, les grossistes et l'Association des détaillants. Il est très significatifs de voir maintenant les détaillants importants s'y opposer ; c'est donc, à mon avis, qu'ils s'attendent à faire de meilleures affaires grâce à la mesure projetée.

Nous avons l'intention d'analyser le bien-fondé des raisons qu'invoquent ces groupements pour s'opposer à la fixation des prix de revente, en tenant compte des lois et des pratiques pertinentes.

Bien que nous souscrivions en principe aux arguments invoqués à l'appui de la fixation des prix, arguments que nous signalons à votre attention et qui sont résumés dans le rapport intérimaire et certains mémoires antérieurs,

nous n'entendons pas refaire maintenant l'exposé de cette thèse. Toutefois, à titre de petits détaillants, nous nions la déclaration portant que les frais des magasins à succursales multiples, par unité, sont inférieurs à ceux des autres établissements ; c'est précisément ce genre de préjugé que nous essayons de combattre. Le Comité constaterait, je crois, que les magasins à succursales multiples exigent en réalité et obtiennent une marge plus généreuse de bénéfice, pour couvrir leurs frais d'exploitation. Nous prétendons que, dans une guerre prolongée des prix, ils réussissent à maintenir leur marge de bénéfice, par leur puissance financière et leur chiffre d'affaires, et non pas par l'efficacité de leurs méthodes. Nous voyons là une concurrence injuste. La vente à perte n'est pas une pratique saine et avantageuse au point de vue économique ; elle est plutôt l'arme de détaillants qui peuvent se permettre le luxe d'attirer chez eux les clients de leurs concurrents moins fortunés et possèdent de plus faibles ressources financières. Les seuls marchands qui peuvent se payer le luxe de vendre sans réaliser de bénéfices sont ceux qui sont très puissants financièrement. Si l'on ne peut démontrer que les marges de bénéfice au détail sont excessivement élevées, il s'ensuit que l'abaissement de ces marges va à l'encontre des sains principes d'économie commerciale. Il a été dit que les grands détaillants ont recours aux ventes à perte pour enlever la clientèle à leurs concurrents. Mais, messieurs, les clients qu'ils désirent vraiment attirer sont ceux qu'ils pourront ensuite convaincre d'acheter d'autres marchandises sur lesquelles ils réalisent des bénéfices appréciables. Les détaillants craignent cette façon de procéder parce qu'un important commerçant peut jouer ainsi avec le barème des prix d'un faible pourcentage du volume de ses affaires dans un seul rayon. Mais ce pourcentage peut représenter l'ensemble des ventes de son concurrent. Cela vaut surtout à l'égard des petits marchands, par exemple un marchand de confections ou d'appareils, qui a un fort volume de ventes. Le détaillant dont les ressources financières sont illimitées serait fort tenté d'employer ses ressources plutôt que la qualité de ses marchandises, qui s'est révélée inefficace, en vue de vendre provisoirement moins cher qu'un commerçant qui lui fait concurrence avec succès. Une alternative difficile à trancher se pose au détaillant indépendant. Il doit soit abaisser ses prix et vendre à perte, chose qu'il ne peut faire bien longtemps, soit voir son commerce passer aux mains de concurrents, qui l'emportent sur lui par les ressources financières plutôt que par l'habileté commerciale. D'une façon ou d'une autre son avenir n'est guère brillant.

Avant que les prix reviennent à un niveau profitable, comme la chose se produira sans doute, le mal est fait. Le consommateur ne bénéficie plus de réduction des prix, mais comment le détaillant indépendant pourra-t-il attirer de nouveau la clientèle ? Les répercussions sur l'embauchage et les salaires sont évidentes, mais les avantages qu'en tirent les consommateurs ne compensent pas l'intérêt public.

A peu d'exceptions près, on utilise les marques connues pour les ventes à perte. La raison en est évidente : les consommateurs savent quelle valeur ont ces produits. Si le grand détaillant avait réellement à coeur l'intérêt public, il abaisserait sa marge de bénéfice à l'égard de toutes ses marchandises ; mais non, c'est justement ce qu'il désire éviter.

Quand les petits détaillants ne jouissent d'aucune protection, les gens hésitent beaucoup à se lancer dans de nouvelles entreprises de détail. Les risques que comportent la vente au détail sont suffisamment grands sans que les gens se jettent dans la gueule des grands exploitants. On dira peut-être que la chose ne se pratique pas, mais cela n'a aucune importance.

Personne ne peut se payer le luxe de mettre une entreprise de détail sur pied si une telle éventualité la menace, car on peut tout perdre du jour au lendemain même si son entreprise est exploitée d'une manière plus efficace qu'une autre.

L'expansion dans le domaine des ventes au détail sera de nouveau le fait des marchands assez puissants pour enrayer une telle pratique. Pour corroborer mes avancés à ce sujet, je me reporte à l'industrie de l'épicerie au détail où la fixation du prix de revente ne se pratique à peu près pas. Il est certain que les grands exploitants ont prospéré davantage, mais nous pouvons facilement constater que c'est la seule branche du commerce de détail où les exploitants, qui gagnaient à peine assez pour vivre pendant la crise, comme c'était le cas de tous les commerces, n'ont pas amélioré leur situation, malgré la grande prospérité que le commerce a connue. Bon nombre de ces commerçants sont aussi compétents que les grands exploitants, mais ces grands capitalistes les empêchent effectivement d'étendre leur commerce ; d'autre part, ils ne peuvent obtenir le capital nécessaire pour leur faire concurrence.

Il convient de signaler les remarques que renferme le rapport intérimaire sur l'intégration verticale. Le fait que la fixation des prix de revente puisse pousser les détaillants à se lancer dans la production de leurs propres marques de produits ne constitue pas un argument sérieux contre la fixation du prix de revente. Pourquoi considérerait-on cette façon de procéder comme mauvaise ? Il est vrai, cependant, qu'en règle générale les marges de bénéfices à l'égard des produits de marques privées sont beaucoup plus élevées qu'à l'égard des produits à prix imposés. C'est toujours le prix d'un article de marque connue qu'on abaisse, étant donné que l'abaissement des prix d'articles de marques privées n'atteindra aucunement un concurrent plus faible, mais entraînera seulement une diminution du bénéfice que le détaillant réalise sur la marque privée. Il en est ainsi bien que les producteurs de marques connues fournissent souvent un produit semblable ou qui s'en rapproche passablement et qui porte une marque privée, produit qu'un détaillant peut vendre le prix qu'il veut. Dans ces conditions ces détaillants ne voient ordinairement pas d'avantages à abaisser les prix à un niveau inférieur. Il est illogique de s'opposer à la fixation des prix de revente sous prétexte d'intégration verticale. Les arguments avancés contre la fixation, sous prétexte qu'elle favorise l'intégration verticale, ne sont aucunement valables, car personne n'a le droit de reprocher à un détaillant d'affecter des fonds à la création de marques particulières. Les détaillants qui se font concurrence ne prétendent pas que cette pratique est injuste car elle n'est que l'expansion naturelle des grands détaillants qui cherchent à réaliser des bénéfices. Je lance aux grands détaillants qui cherchent à faire croire au public que les prix baisseront prochainement le défi suivant : s'ils peuvent économiquement abaisser les prix et prouver que la vente à perte est une méthode commerciale saine et économique, qu'ils abaissent donc les prix des produits portant leurs marques privées. De telles réductions de prix n'entravent pas directement les programmes des concurrents et ne les oblige pas injustement à abaisser leurs prix à un niveau qui les prive de bénéfices. Vous savez fort bien qu'il y a une épargne dont les consommateurs ne bénéficieront jamais.

Un membre du Comité a demandé des preuves démontrant que le consommateur doit habituellement acquitter une part de bénéfice plus élevée à l'égard des produits de marques privées que des articles de marques connues. Il n'est pas difficile de comprendre pourquoi ces marques dites privées gagnent la faveur des gens qui achètent en masse. Ils détiennent la haute main sur

un genre de produits à l'égard duquel il n'y a pas de concurrence ; ces produits sont donc tout désignés pour normaliser les marges de bénéfices.

Nous avons établi une liste qui démontre ce point. La liste suivante indique l'augmentation de la marge de bénéfice à l'égard de marques privées bien connues par rapport à la marge de bénéfice relative aux produits de marques connues par tout le pays. L'augmentation est indiquée en pourcentage :

	Pourcentage
Paletots d'hommes	2.7
Salopettes d'enfants	11.5
Ensembles pour enfants	4.7
Bas pour dames	7.0
Couvertures de laine	7.2
Chemises pour hommes	10.4
Chemises (sport) pour hommes	4.4
Chaussettes pour hommes	8.4
Radios de 5 lampes	14.7
Matelas	3.0

Nous pourrions vous fournir beaucoup d'autres chiffres du même genre, mais nous préférons que le Comité fasse sa propre enquête, qui lui démontrera le bien-fondé de ces données.

Nous aimerions consacrer quelques minutes à ce que nous croyons être de l'illogisme dans la politique législative de la présente Chambre.

Si réellement le gouvernement a foi dans la libre concurrence des prix, nous nous permettons de lui indiquer quelques moyens d'abaisser le niveau des prix de détail. Ces propositions, il va sans dire, ne tiennent pas plus compte du boulevernement qu'elles pourraient entraîner dans certains secteurs de notre économie que le projet de loi tient compte de ce problème en ce qui concerne l'industrie de la vente au détail.

Les gens de l'Ouest sont souvent fort ennuyés de constater que le prix des automobiles, des réfrigérateurs, des cuisinières et d'un grand nombre d'autres articles indispensables, fabriqués en majeure partie dans le centre du pays, est beaucoup plus élevé que le prix de ces articles de l'autre côté de la frontière internationale. N'est-il pas vrai que le gouvernement crée au moyen de barrières tarifaires, un prix minimum plus élevé qu'il ne le serait en vertu de la libre concurrence ? Cette ligne de conduite a pour objet, dit-on, de protéger l'industrie canadienne, notre main-d'oeuvre et notre capital contre une concurrence insurmontable. Il est certes incontestable qu'on pourrait abaisser le coût de la vie en mettant fin à ces mesures. Peut-être les membres du Comité jugeront-ils cette méthode trop énergique. En l'occurence, peuvent-ils être sûrs de la logique de leur ligne de conduite, lorsqu'elle vise l'ensemble de notre économie, y compris les ventes au détail ; en effet, la protection accordée aux industries locales entraîne sûrement un prix de revente plus élevé.

Il est dans l'intérêt national que le commerce canadien soit profitable. Inutile de m'étendre sur ce point. Cependant, pour qu'il fonctionne dans l'intérêt public il doit y avoir concurrence, afin d'éviter qu'il soit profitable au détriment du consommateur. C'est ce qui explique notre loi contre les coalitions. Il faut aussi lui permettre de fonctionner dans une économie canadienne libre ; il n'est pas toujours dans l'intérêt public de permettre un genre de concurrence que les commerçants, si compétents soient-ils, ne peuvent soutenir. C'est ce qui explique l'imposition de droits douaniers et l'établisse-

ment, par le gouvernement, d'un prix de vente équitable pour empêcher le dumping. Il s'ensuit, croyons-nous, que les petites entreprises ne doivent être rentables que si elles sont exploitées d'une manière efficace et dans l'intérêt public. D'autre part, il n'est pas dans l'intérêt public d'ouvrir la voie à une concurrence injuste qu'elles ne peuvent soutenir.

Le vendredi 23 novembre, il s'est produit au Comité un événement que le *Star-Phoenix* a qualifié de "surprise". La maison Eaton s'était alors déclarée opposée à la fixation des prix ; elle a déclaré ne pas partager l'opinion exprimée dans le mémoire présenté par la Fédération canadienne des détaillants.

Ce fut une surprise ? Pour qui ?

(1) Pas pour les marchands détaillants de la Saskatchewan qui soutiennent que cette mesure favorise les grands détaillants.

(2) Certes pas pour le *Star-Phoenix* auquel nous avons à maintes reprises signalé que l'on pouvait s'attendre à quelque chose du genre.

(3) Peut-être pour ceux qui ne comprennent pas clairement la question.

(4) Sûrement pas pour le gouvernement qui devait s'y attendre étant donné les renseignements recueillis par une commission royale dont je parlerai plus tard.

(5) J'espère sincèrement, monsieur le président, que votre comité et vous-même n'en avez pas été surpris.

J'ai ici un très important document que le Comité connaît sans doute très bien. C'est le rapport de la commission royale d'enquête sur les écarts de prix, en date du 9 avril 1935, portant la signature du président, M. W. W. Kennedy, et communément appelé "rapport Stevens".

Il devrait éclairer les membres sur la raison probable de l'attitude adoptée par la maison Eaton. Je dois dire que nous sommes heureux qu'elle ait adopté cette attitude, car elle met en lumière les points que nous cherchons à démontrer et supprime tous doutes possibles à ce sujet.

Le rapport Stevens parle de l'attitude des "acheteurs en masse" qui étaient peu nombreux à ce moment-là ; le plus important, et de beaucoup, était Eaton. Le chapitre 7, qui traite de la distribution dans la partie 6, qui commence à la page 239, expose les causes et les effets de l'achat en masse et range nettement Eaton dans cette catégorie. Il reconnaît la grande puissance de cette organisation et démontre clairement qu'elle a donné naissance à un problème d'ordre social sur lequel il convient, dans l'intérêt public, de se renseigner.

J'aimerais vous donner lecture de cette partie et d'autres également, que nous jugeons très importantes, mais je vous laisse le soin d'en prendre connaissance par vous-mêmes.

Dans cette partie, le rapport conclut qu'il est à peu près impossible de prouver les accusations portées, mais qu'il est évident que les intéressés avaient des motifs et l'occasion d'exercer leurs méfaits.

On déclare dans le mémoire que les arguments avancés en faveur de l'achat en masse, tel qu'il est défini, ne sont pas convaincants, pour s'exprimer comme les auteurs.

Dans le même chapitre 7, à la rubrique "Prix concurrentiels dans le commerce de détail", il est question des méthodes que nous craignons le plus.

Le rapport de la commission reconnaît et déclare qu'il s'agit là de pratiques auxquelles le détaillant indépendant ne peut absolument pas faire face ; aussi la commission les condamne-t-elle, — oui elle les condamne, — comme étant injustes et contraire à l'intérêt public. Au même paragraphe, parlant des articles sacrifiés, la commission juge la situation très grave, comme le démontrent les citations suivantes, tirées de la page 248 du rapport : —"Une des pratiques les plus communes dans le commerce moderne est l'emploi d' "articles sacrifiés". Cette expression n'a pas encore été définie avec exactitude, mais elle est censée s'appliquer dans un sens général aux marchandises mises en vedette ou vendues à des prix qu'on peut facilement reconnaître comme étant inférieurs aux prix coutumiers. Cet abaissement a pour objet d'attirer la clientèle et d'accroître les ventes, non pas tant de l'article mis en vedette que d'autres à l'égard desquels le marchand réalise un bénéfice plus élevé. L'expression "articles sacrifiés" résulte peut-être de l'emploi d'articles effectivement vendus au-dessous du prix coûtant ; aujourd'hui le marchand subit rarement une perte sur la plupart de ces articles. La pratique générale est de réduire sensiblement le bénéfice ordinaire sur les marchandises servant d'articles sacrifiés. Pour produire les résultats voulus, l'article sacrifié doit être populaire et suffisamment normalisé pour permettre la comparaison entre le prix réduit et le prix régulier. Les denrées communément employées, comme le sucre et le beurre, répondent à ces exigencs, mais on peut aussi employer avec avantage des articles portant des marques de fabrique".

Et plus loin : "Les concurrents du magasin qui emploie des articles sacrifiés sont, toutefois, les plus atteints. Il est évident que l'abaissement délibéré des prix en vue d'enlever la clientèle des concurrents est une pratique déloyale. Les réductions ne s'inspirent aucunement du désir de servir le public en lui accordant des prix réduits. L'une des fins de cette pratique est d'attirer le public, auquel le magasin espère vendre, en réalisant un bénéfice élevé, des marchandises autres que les articles sacrifiés. Une autre fin est de créer l'illusion de prix plus bas à l'égard de tous les articles. Le fait que ce but n'est pas toujours atteint n'atténue aucunement l'injustice de cette pratique.

On peut soutenir que les concurrents ont la faculté d'adopter la même pratique. Les grandes entreprises commerciales y compris les magasins à succursales et à rayons se font concurrence de cette façon. Mais les détaillants indépendants, à moins de s'associer, ne peuvent, pour plusieurs bonnes raisons, adopter les mêmes méthodes. Le chiffre d'affaires de la moyenne des magasins indépendants ne leur permet pas d'annoncer des articles à prix spéciaux. Dans les magasins à succursales, grâce aux achats en grandes quantités, aux escomptes spéciaux ajoutés aux rabais réguliers sur la quantité et les gratifications accordées par le fabricant sous forme d'allocations de publicité, l'écart de prix est beaucoup plus prononcé que dans les magasins indépendants. Ainsi, lorsque les magasins à succursales vendent au-dessous de la majoration ordinaire, leur prix de vente est souvent inférieur au prix coûtant du magasin indépendant. Si ce dernier voulait coter des prix aussi bas, il vendrait à perte". Et plus loin, à la même page : "Nous condamnons le recours aux articles sacrifiés comme une méthode injuste, qui favorise la concurrence ruineuse et influe d'une façon défavorable sur le revenu de certaines catégories de producteurs primaires ; mais en cherchant à régler le problème au moyen de mesures législatives, nous sommes acculés à certaines difficultés."

Le rapport expose ensuite les difficultés que pose l'adoption de mesures législatives de ce genre, difficultés qu'il estime presque insurmontables. La Commission termine en ces termes le chapitre sur la distribution : "Nous croyons qu'on peut enrayer les abus de la distribution massive sans nuire à

son expansion légitime. D'autre part, à notre avis, cette expansion n'est pas légitime s'il faut, pour y arriver, recourir à des méthodes injustes de concurrence, au détriment des distributeurs moins importants et moins favorisés. Nous ne condamnons pas le commerce massif en soi".

Notre association ne le condamne pas non plus. Nous avons longtemps soutenu que nous pouvons faire concurrence aux marchands qui pratiquent l'achat massif s'ils s'abstiennent ou, ce qui serait encore préférable, si on leur interdit d'utiliser des méthodes injustes contre lesquelles nous ne pouvons lutter. Nous sommes d'avis, messieurs, que la fixation du prix de revente a eu pour effet d'empêcher les acheteurs "en masse" de recourir à des pratiques déloyales ; elle y est parvenue, comme nous avons tenté de le défois la fixation du prix de revente interdite, aucune mesure ne pourra (et montrer, sans qu'il en coûte un sou au public, comme l'a confirmé la commission royale d'enquête sur les prix en 1949. Nous estimons aussi qu'une le rapport Stevens confirme ce point) mettre un frein à ces pratiques vicieuses et injustes dont la commission a clairement démontré et reconnu l'existence. Nous croyons qu'il serait intéressant de savoir si l'hon. Lester B. Pearson et l'hon. James L. Ilsley, qui ont tous les deux fait partie du cabinet et de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix, affirmeraient maintenant que les conclusions tirées à la suite d'une étude de l'histoire du commerce au cours de nombreuses années, ne valaient que pour une période restreinte ou s'ils considèrent qu'elles valent encore.

Examinons pendant quelques instants l'attitude de l'A.C.C., ce grand organisme qui travaille tant à la protection des consommateurs qui en sont membres. Les Consommateurs (Que Dieu les protège !) :

> Les consommatrices épouses de cultivateurs dont les produits sont assujettis à une espèce de fixation des prix ;
>
> Les consommatrices épouses d'ouvriers dont les salaires sont fixés ;
>
> Les consommatrices épouses d'industriels dont les prix sont maintenus à un niveau élevé par des droits douaniers, des subventions à l'or et le reste ;
>
> Les consommatrices épouses d'exploitants de journaux qui maintiennent une barème inflexible de prix de revente pour le compte de leurs annonceurs.

Nous sympathisons d'une façon particulière avec ces consommateurs et acheteurs, mais vous comprendrez, j'en suis sûr, que nous n'acceptons pas toujours l'ancien adage qui veut que le client ait toujours raison. Ils semblent convaincus que les prix baisseront ; nous cherchons à démontrer que les consommateurs paieront des prix qui se stabiliseront à un niveau fixe, à l'avantage des détaillants jouissant d'une grande puissance financière.

Selon le *Star-Phoenix* du 14 novembre 1951, l'Association canadienne des consommateurs est d'avis que la pratique de la fixation du prix de revente est mauvaise du point de vue économique et favorise le coût élevé de la vie. Je suppose, messieurs, que le genre de concurrence qu'elle désire aurait pour résultat d'établir des prix qui ne seraient pas les mêmes chez tous les détaillants. Cependant, on a fait beaucoup de bruit quand les prix du savon sont arrivés, dans une certaine ville, à un niveau inférieur à celui qui avait cours à Saskatoon, comme le signalait le 13 novembre le *Star-Phoenix*. Les savons en question, messieurs, n'étaient pas assujettis à la fixation du prix de revente. L'Association canadienne des consommateurs s'oppose-t-elle à ce

qu'un produit se vende le même prix dans toutes les villes, comme la chose se produit en vertu de la fixation du prix de revente, tandis qu'en réalité elle désire qu'un produit se vende le même prix partout ? Il est difficile de comprendre ce genre de logique.

Voici nos conclusions, messieurs :

(1) Étant donné que le gouvernement a clairement indiqué que cette loi a pour but d'enrayer l'inflation ; étant donné qu'à notre avis le Comité ne peut démontrer que la fixation des prix de revente a ou a eu des effets inflationnistes, nous soutenons que les raisons qui ont poussé le gouvernement à présenter cette mesure législative ne valent pas. La commission royale d'enquête sur les prix, en 1949, a démontré que la suppression complète des bénéfices n'entraînerait qu'une faible économie pour le consommateur et que la fixation des prix de revente n'a pas joué de rôle prépondérant dans la récente hausse des prix.

(2) Nous sommes d'avis que dans l'intérêt public, de petits détaillants indépendants peuvent, s'ils sont compétents, faire concurrence aux grands détaillants et aux acheteurs en masse, pourvu qu'on interdise les pratiques qui se sont révélées nettement contraires à l'intérêt public. Nous vous prions de nouveau de vous reporter à ce sujet au volumineux rapport Stevens qui corrobore notre conclusion. On a présenté au Comité bon nombre de renseignements sur les méthodes suivies aux États-Unis et sur leurs résultats. Je voudrais ici citer une déclaration du défunt juge Louis Brandeis de la Cour suprême des États-Unis qui était l'un des plus grands ennemis des trusts et des monopoles. Il a dit : "Les Américains ne devraient se faire aucune illusion sur la valeur ou l'effet des abaissements de prix. Ils ont toujours été l'arme la plus puissante des monopoles, un moyen de ruiner les petits concurrents et les grands trusts y ont souvent eu recours. C'est une mesure si simple et si efficace. Les capitalistes organisés, qui voient loin, ont ainsi obtenu du consommateur peu perspicace qu'il travaille à sa propre perte. Faible ou mal avisé, il cède à la tentation de réaliser un bénéfice immédiat mais insignifiant ; il vend son droit d'aînesse pour un plat de lentilles et devient lui-même l'instrument des monopoles".

La pratique des ventes à perte est ce que les détaillants indépendants craignent le plus, mais le rapport Stevens expose d'autres méthodes aussi mauvaises, méthodes que votre Comité doit aussi étudier, croyons-nous.

(3) A notre avis, il est illogique de parler de libre concurrence des prix au niveau du détaillant seulement ; il conviendrait, lorsqu'on étudie des mesures gouvernementales de ce genre, de se renseigner sur les dispositions respectives, comme les droits douaniers, qui entraînent effectivement des prix plus élevés au détriment immédiat du consommateur, les subventions du gouvernement à l'égard de certaines entreprises de production, qui entraînent également des prix plus élevés, le programme gouvernemental de soutien des prix des produits agricoles, l'adoption par le gouvernement de mesures législatives imposant des salaires minimums, à l'égard de la main-d'oeuvre et d'innombrables autres mesures habilitantes restreignant l'activité commerciale que le gouvernement favorise et approuve, mais qu'il ne classe pas dans la catégorie des mesures monopolisatrices restreignant le commerce. Nous les détaillants ne critiquons pas ; nous demandons tout simplement qu'on nous accorde le même traitement qu'à d'autres sections de notre économie en ce qui concerne la façon de définir les pratiques monopolisatrices.

(4) Nous estimons que la divergence d'opinions entre les grands et les petits détaillants n'affaiblit pas, mais au contraire corrobore les arguments

des petits détaillants, selon qui cette mesure législative favorisera les grandes entreprises de détail financièrement puissantes.

(5) Nous sommes d'avis qu'il est significatif que les majorations à l'égard des articles à prix imposés ne soient pas aussi élevées que le permettait le gouvernement par l'entremise de la Commission des prix et du commerce en temps de guerre pendant une période de crise durant laquelle notre économie était dirigée.

(6) Nous sommes d'avis que le Comité est en mesure d'établir que le prix des produits assujettis à la fixation du prix de revente n'a pas augmenté autant que l'indice du coût de la vie ni que le prix des articles non assujettis à la fixation du prix de revente. Et

(7) Nous désirons signaler que nous appuyons, en principe, les mémoires présentés au Comité par les fabricants et grossistes, bien que pour raccourcir notre exposé nous n'ayons pas parlé de la façon dont la situation les touche et dont elle atteint l'économie dans son ensemble.

Nous soumettons respectueusement ce mémoire au nom de l'Association des marchands détaillants de la Saskatchewan.

APPENDICE D

ENTENTE RELATIVE A LA FIXATION DES PRIX DE REVENTE

Mémoire de la Bulova Watch Company Limited à l'appui de la méthode commerciale comportant des ententes pour la fixation des prix de revente avec les distributeurs de ses produits.

La Bulova Watch Company Limited soumet respectueusement à l'attention du ministre de la Justice du Canada et de ses collègues les considérations suivantes relativement au projet de loi tendant à interdire les ententes en vue de la fixation du prix de revente.

1. L'entente entre deux producteurs ou plus du même genre d'articles ou d'articles semblables en vue de fixer les prix est, depuis bon nombre d'années, considérée comme nuisible à la concurrence et contraire à l'intérêt public.

2. D'autre part, le droit qu'a un producteur ou importateur d'une marchandise de prescrire les conditions auxquelles, pour sa part, il vendra ce produit a toujours été considéré comme un droit inaliénable des commerçants.

3. En 1928, le tribunal d'appel de Grande-Bretagne a été saisi d'une requête visant à empêcher un détaillant, qui avait signé une entente comportant fixation des prix, de vendre les produits aux prix interdits par l'entente. Le maître des rôles, lord Hanworth, dans la décision majoritaire du tribunal d'appel, a fait allusion à un certain nombre de cas où des ententes de ce genre avaient été reconnues valides. A la page 271, il disait :

> Pour ce qui est du public, d'après les extraits que j'ai cités, il faut très peu de preuves pour motiver une entente concernant la fixation des prix de revente ; le tribunal estime que les intéressés sont les plus aptes à décider ce qui est raisonnable entre eux ... Si le défendeur décide de vendre ... des produits, pourquoi les conditions de vente, de paiement et le reste ne seraient-elles pas réglées entre les intéressés.

3. (*a*) La Cour suprême des États-Unis a aussi abordé la question. Les journaux américains ont signalé que la décision de la Cour suprême des États-Unis déclarait illégales les ententes de fixation des prix entre un producteur et ses clients. Au contraire, dans sa décision, la Cour suprême des États-Unis se contente de signaler qu'aucun détaillant n'est tenu de respecter le prix établi par un fabricant à moins de s'être engagé à le faire. La loi Miller-Tydings consacre la légalité des ententes de fixation des prix de détail entre un fabricant particulier et ses détaillants.

4. Le discours du trône signalait préalablement le droit au commerce libre et sans entraves. Il nous semble contradictoire et même dictatorial de déclarer qu'un particulier ne peut imposer les conditions auxquelles il consent à vendre son propre produit.

5. Aucun marchand n'est tenu d'acheter et de vendre les produits de la Bulova Watch Company Limited ; aucun consommateur n'est tenu d'acheter ces produits. Il existe bon nombre de produits semblables que le public est libre d'acheter si le prix des montres Bulova ne lui convient pas.

6. Le but principal de la fixation des prix n'est pas d'assurer un bénéfice excessif au producteur ou au distributeur. Si le producteur ou le distributeur établit un prix trop élevé ses produits ne se vendront pas et il s'acheminera vers la banqueroute.

7. L'objet principal des ententes de fixation des prix, — ce n'est peut-être pas son seul but, — est de protéger deux choses :

   (*a*) le prestige de l'article aux yeux du public ; et

   (*b*) le commerce du petit marchand.

8. Les fabricants qui ont accordé la plus grande attention possible et ont acquis la plus grande dextérité dans la fabrication de leurs produits ont à coeur de maintenir le prestige de leur marchandise aux yeux du public. Rien ne saurait nuire davantage à ce prestige que de voir leurs produits assujettis au marchandage, aux rabais et aux ventes "de feu", aux ventes à perte et aux autres méthodes à sensation auquelles on a recours pour abaisser provisoirement le prix de certains articles.

9. Le genre de ventes dont nous venons de parler signifie que le petit marchand qui a en magasin une certaine quantité de marchandises de haute qualité voit soudainement la valeur de ses stocks et son aptitude à les écouler à profit diminuées par des pratiques malhonnêtes auxquelles ont recours des gens qui souvent ne se sont établis que provisoirement dans sa localité. Sa confiance dans la valeur de ses stocks et même son aptitude à les écouler est minée par des prix ruineux.

10. Il est impossible que le genre de ventes susmentionnées puissent continuer pendant longtemps, car la marge de bénéfice est insuffisante pour permettre de toujours conserver ces méthodes de ventes dans une localité donnée.

    Le marchand qui vend à des prix ruineux doit se déplacer d'une ville à une autre ; par conséquent, les consommateurs d'une agglomération ne sauraient bénéficier d'une manière permanente ou continue de ces prix.

Au contraire, la situation générale du commerce en est bouleversée et tous les marchands de la localité voient baisser le valeur de leurs stocks et leur aptitude à exercer leur commerce sur une base raisonnable. Il ne peut être dans l'intérêt public de priver les marchands de leur gagne-pain, surtout ceux dont les stocks se composent exclusivement d'articles à prix élevés.

La majorité des détaillants de montres donnent aux clients une garantie d'un an ; au cours de cette année ils s'engagent à entretenir la montre, à apporter les ajustements nécessaires ou les réparations qui pourraient s'imposer. Si, à cause des pratiques mentionnées dans dans cet alinéa, le détaillant doit fermer ses portes ou cesser de vendre des montres de haute qualité, le client sera privé de services dont il pouvait autrefois bénéficier.

10. (*a*) Une fois la première vague d'énervement passée, l'abaissement des prix et la perte de prestige qui en résulte entraînent inévitablement la réduction des ventes des détaillants et une diminution des achats chez le fabricant. L'importance de la commande influe grandement sur le prix que le distributeur paie les mouvements, boîtiers et accessoires. Une demande moins forte entraînera un prix plus élevé pour le distributeur et, par conséquent, pour le détaillant et le consommateur.

Voici un exemple. Dans la matinée du 17 octobre, un détaillant qui, l'an dernier, a acheté pour $80,000 de montres Bulova nous a déclaré qu'en raison de la situation incertaine du marché et par suite de la déclaration du Gouvernement, il ne pouvait nous passer de commande en ce moment. Bien d'autres détaillants nous ont écrit afin de protester contre la discontinuation des ententes relatives à la fixation des prix.

11. Comme preuve de ce que les ententes de fixation du prix de revente n'ont pas servi à accroître indûment le prix des marchandises offertes au public, la Bulova Watch Company Limited signale qu'en dépit des fortes augmentations du coût des mouvements, des boîtiers, des bracelets et le reste, y compris l'accroissement des frais de transport, la compagnie a continué d'offrir au public une montre Bulova de bonne qualité à raison de $29.75, y compris le bracelet.

Avant l'imposition de la taxe d'accise de 25 p. 100 et l'augmentation de la taxe de vente, cette montre se vendait au consommateur à raison de $24.75. Si l'on avait ajouté en entier la taxe d'accise et l'augmentation de 2 p. 100 de la taxe de vente soit 27 p. 100 au prix au consommateur, le prix de la montre aurait été de $31.43. En outre, tous les frais ont beaucoup augmenté. Cependant, grâce aux importantes commandes passées aux fabricants et à l'acceptation par les distributeurs, les vendeurs et les détaillants, d'une commission ou d'un bénéfice moins élevé, nous avons pu maintenir le prix à $29.75. Ainsi, malgré une diminution de bénéfices pour tous les intéressés, la Bulova Watch Company Limited a réussi à mettre des montres de haute qualité à la portée de tous les consommateurs. Sans une entente relative à la fixation des prix, bien des marchands augmenteraient de beaucoup le prix de cette montre au consommateur.

11. (*a*) Ce ne sont pas là tous les arguments qu'on puisse invoquer en faveur de la fixation du prix de revente. Nous nous sommes servis

des arguments résumés dans le rapport intérimaire du Comité MacQuarrie.

12. Les conclusions du Comité MacQuarrie, d'après lesquelles on ne doit pas continuer d'autoriser les ententes relatives à la fixation du prix de revente reposent sur une erreur fondamentale, savoir, qu'elles étouffent la concurrence. Cela ne pourrait être vrai que si la marchandise en question n'était fabriquée que par un seul producteur, mais lorsqu'il existe un certain nombre de fabricants et d'importateurs, il est presque ridicule de prétendre qu'un producteur ou un importateur supprimera toute concurrence en stipulant que sa marchandise doit être vendue à telles ou telles conditions.

    Personne n'est tenu d'acheter une montre Bulova et l'acheteur éventuel a effectivement le choix entre un grand nombre de marques. Tous les arguments que renferme le rapport MacQuarrie repose sur cette erreur fondamentale et perdent leur validité lorsqu'on comprend que l'acheteur peut exercer son choix de bien des façons.

13. L'argument avancé à la page 17 du rapport, selon lequel il est injuste qu'un produit soit vendu le même prix dans un magasin à loyer élevé que dans un magasin à loyer modique ne vaut pas. Les loyers sont élevés parce qu'un grand nombre de personnes passent dans le voisinage et que les conditions de ventes sont de ce fait beaucoup augmentées. Le loyer est bas pour la raison contraire, savoir parce que le nombre de personnes passant dans les environs est faible et que les occasions de ventes sont aussi moins grandes. Le petit commerçant dont le magasin se trouve dans un quartier excentrique où le loyer est faible, insiste beaucoup plus sur la fixation des prix à l'égard des produits de marques connues que ne le fait le marchand établi dans le centre des affaires.

14. Le comité MacQuarrie ne tient pas suffisamment compte du fait que la fixation du prix de revente établit un maximum aussi bien qu'un minimum. Dans l'exemple que nous avons donné, savoir la montre de $29.75, il est certain que sans la fixation des prix de revente bien des détaillants offriraient la montre à un prix beaucoup plus élevé.

15. Il est également faux de prétendre que les prix sont établis par des fabricants qui ne connaissent rien du commerce des détaillants. Nous pouvons affirmer sans crainte de nous tromper que très, très peu de détaillants étudient les conditions influant sur la vente et la distribution des produits de marques connues d'une manière aussi précise et efficace que le font les producteurs et distributeurs de ces marchandises. A peu près tous les producteurs ou distributeurs fournissent aux détaillants quantité de moyens de publicité et de vente en vue de les aider à accroitre l'efficacité des méthodes de vente au détail.

16. Il est également faux de prétendre que le producteur ou le distributeur a intérêt à maintenir le prix de détail de son produit à un niveau artificiellement élevé. Le grand secret du succès, dans le domaine de la vente, consiste à vendre un nombre d'articles suffisant à un prix modique, de façon à répartir sur le plus grand nombre possible d'articles les frais généraux inévitables.
    Le coût de revient au producteur et le prix exigé du distributeur se fondent sur la production massive. L'un et l'autre sont donc

grandement intéressés à accroître le plus possible la demande à l'égard de ce produit et, en conséquence, ils sont aussi très intéressés à en fixer le prix au niveau le plus bas, tout en assurant un bénéfice raisonnable à tous ceux qui s'occupent de la vente et de la distribution de ce produit.

17. Nous signalons respectueusement que les conclusions du comité se fondent sur certaines préférences plutôt que sur les témoignages qui lui ont été présentés. Ces conclusions perdent leur valeur lorsqu'on se rend compte qu'elles sont fondées sur l'hypothèse que les accords de fixation des prix obligent l'acheteur à acheter au prix fixé, alors qu'en fait l'acheteur n'est jamais obligé d'acheter un objet dont le prix est fixé. Au contraire, il est libre d'acheter ailleurs un article analogue, qu'il peut trouver en maints endroits.
La multiplicité de ces autres endroits provoque évidemment une concurrence dont l'effet est de maintenir le prix fixé à un niveau concurrentiel.

18. Proscrire les accords visant la fixation des prix entre tel ou tel fabricant, tel ou tel grossiste ou tel ou tel marchand, équivaut en somme à concentrer la meilleure partie du commerce entre les mains des détaillants à gros capitaux, comme les grands magasins à rayons ou à succursales multiples. Ces grands établissements mettent souvent sur le marché des articles portant leur propre marque, avec lesquels ils concurrencent les articles à prix fixé. Il va sans dire qu'ils ne manquent jamais de fixer le prix de ces produits.
Le Parlement, appelé à se prononcer sur le projet de loi, n'a en somme qu'un seul problème à résoudre. Veut-il ruiner un grand nombre de petits détaillants et faciliter la concentration du commerce entre les mains d'un nombre relativement restreint de magasins à rayons ou à succursales multiples. Si ce dernier résultat allait se produire il en résulterait un grave préjudice au monde du commerce, sans que le consommateur à notre avis, en retire un avantage quelconque.

19. Concluons. Nous estimons que les accords visant la fixation des prix intervenant entre producteurs, grossistes et détaillants, assurent l'équilibre du commerce, et la solvabilité du petit détaillant, empêchent celui-ci d'être ruiné par la concurrence des grands magasins à rayons ou à succursales multiples et permettent au producteur ou au marchand d'assurer la réputation de l'article qu'il offre en vente. D'autre part, le public a le choix entre plusieurs articles concurrents. S'il ne veut pas acheter un produit de qualité connue au prix exigé par le producteur il n'en résulte pour lui aucun dommage.
A notre avis, votre Comité et le Gouvernement devraient adopter la conclusion du tribunal d'appel britannique, savoir que les signataires d'ententes commerciales sont le plus en mesure de savoir ce qui est raisonnable entre eux.

APPENDICE E

CANADIAN ELECTRICAL MANUFACTURERS ASSOCIATION
126 DAVENPORT ROAD (PRÈS DE BELMONT)
TORONTO 5, CANADA

LE 13 NOVEMBRE, 1951.

Au Comité mixte de la Chambre des communes et
du Sénat chargé d'examiner le rapport intérimaire
du comité MacQuarrie sur la fixation des prix.

Sujet : Renseignements sur les prix

En réponse à la lettre que le secrétaire du comité, M. A. L. Burgess, nous adressait le 26 novembre, nous vous transmettons, sous ce pli, des renseignements que nous ont fournis certaines compagnies au sujet des prix ; ces renseignements, à notre avis, fournissent au Comité suffisamment de données pour qu'il puisse formuler un jugement.

Il a été proposé à la séance du lundi 26 novembre, consignée dans le fascicule 6 des Procès-verbaux et témoignages, que le Comité prépare une liste de questions. Cependant, le Comité a décidé de laisser aux fabricants le choix de la façon de présenter ces renseignements, étant convenu que le Comité se contenterait de nous interroger sur les données que nous voudrions bien lui fournir.

Afin de tirer les choses au clair, je signale que nous avons reçu la lettre à 11 heures du soir le 26 novembre, ce qui m'a obligé à rentrer à Toronto le 27 ; par conséquent, mes entretiens avec les diverses compagnies membres de l'Association ont eu lieu après cette date.

Comme notre Association est un organisme national groupant des sociétés-membres de la Colombie-Britannique à la province de Québec, vous comprendrez que le manque de temps ne nous a pas permis d'obtenir des renseignements de toutes les compagnies qui fabriquent des appareils. Même au moment où nous vous écrivons, certains renseignements qu'on nous avait promis étaient sans doute déjà à la poste, mais nous ne les avons pas reçus assez tôt pour vous les transmettre.

Cependant, nous avons reçu assez de données sur ce que nous appellerions les "grands appareils", comme les réfrigérateurs, les cuisinières et les machines à laver, pour démontrer que le bénéfice que touche le fabricant est tout à fait raisonnable.

Vous remarquerez que, dans bien des cas, les fabricants ont indiqué leur prix de revient et leur marge de bénéfice avant et après les majorations de taxe. On constatera que souvent cette taxe a entraîné une perte pour le fabricant plutôt qu'un bénéfice, depuis que la taxe d'accise a été imposée en avril dernier.

COMPAGNIE "A"

"La présente a pour objet de confirmer notre conversation au sujet des prix de nomenclature relatifs aux appareils électriques.

Le bénéfice du distributeur à l'égard des appareils que nous fabriquons n'est que de 20 p. 100 du prix de vente, tandis que le bénéfice ordinaire des

articles d'usage ménager non électriques est de 25 p. 100 du prix de vente. Étant donné que la vente des appareils électriques exige un certain entretien, nous sommes d'avis que la marge actuelle de bénéfice est très basse."

REMARQUE : *Dans les tableaux ci-après, l'astérisque indique une perte.*

COMPAGNIE "B"

APPAREILS—CUISINIÈRE

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$349.00	$399.50
Prix au détaillant	230.00	264.00
Prix au grossiste	204.15	233.70
Prix au fabricant	185.64	276.78
Taxe de vente et d'accise	16.27	44.75
Total	201.91	321.53
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	51.7	51.3
Distributeur au détaillant	12.7	12.9
Fabricant au distributeur	1.0	27.3*

APPAREILS—CUISINIÈRE—MODÈLE D'APPARTEMENT

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$239.75	$279.00
Prix au détaillant	163.00	184.00
Prix au grossiste	141.45	163.25
Prix au fabricant	144.32	215.16
Taxe de vente et d'accise	11.04	31.25
Total	155.36	246.41
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	47.1	51.6
Distributeur au détaillant	15.2	12.7
Fabricant au distributeur	9.0*	33.8*

APPAREILS—GRILLE-PAIN TOURNE RÔTIES

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$ 9.95	$ 10.95
Prix au détaillant	6.35	7.00
Prix au grossiste	5.27	5.80
Prix au fabricant	5.33	7.73
Taxe de vente et d'accise	.98	1.50
Total	6.31	9.23
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	56.7	56.4
Distributeur au détaillant	20.0	20.0
Fabricant au distributeur	16.5*	37.2*

Note : * indique une *perte.*

COMPAGNIE "B" — (*Suite*)

APPAREILS—LESSIVEUSE

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$159.50	$184.50
Prix au détaillant	103.50	120.00
Prix au grossiste	89.75	103.75
Prix au fabricant	97.41	124.10
Taxe de vente et d'accise	5.91	20.30
Total	103.32	144.40
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	54.1	53.7
Distributeur au détaillant	15.3	15.6
Fabricant au distributeur	13.2*	28.1*

APPAREILS—FER À REPASSER

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$ 13.95	$ 15.50
Prix au détaillant	8.95	9.95
Prix au grossiste	7.39	8.21
Prix au fabricant	6.98	10.11
Taxe de vente et d'accise	1.38	2.13
Total	8.36	12.24
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	55.8	55.8
Distributeur au détaillant	21.1	21.2
Fabricant au distributeur	11.6*	33.0*

APPAREILS—RÉFRIGÉRATEUR—7 PIEDS CU.

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$375.00	$389.00
Prix au détaillant	255.00	265.00
Prix au grossiste	225.00	233.40
Prix au fabricant	192.86	275.02
Taxe de vente et d'accise	16.67	46.68
Total	209.53	321.70
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	47.0	46.8
Distributeur au détaillant	13.3	13.5
Fabricant au distributeur	7.4	27.4*

Note : * indique une *perte*.

COMPAGNIE "B" (*Suite*)

APPAREILS—RÉFRIGÉRATEUR—9 PIEDS CU.

	Prix avant augmentation de l'impôt	Prix après augmentation de l'impôt
Prix de détail proposé	$399.00	$479.00
Prix au détaillant	270.00	325.00
Prix au grossiste	239.40	287.40
Prix au fabricant	222.72	317.60
Taxe de vente et d'accise	17.74	57.48
Total	240.46	375.08
Majoration exprimée en pourcentage		
Détaillant au consommateur	47.8	47.3
Distributeur au détaillant	12.8	13.1
Fabricant au distributeur	.5*	23.4*

COMPAGNIE "C"

ANALYSE DES PROFITS ET PERTES PAR PRODUIT

	Année 1950		Année 1951	
	Armoire frig. 6 pi. cu. environ	Cuisinière 4 plaques sur fourneau	Armoire frig. 6 pi. cu. environ	Cuisinière 4 plaques sur fourneau
Prix de détail	$299.75	$229.75	$345.75	$265.75
Moins : Garantie de 5 ans	5.00		5.00	
Remise au détaillant	4.00	4.00	4.00	4.00
Prix marqué à l'usine	290.75	225.75	336.75	261.75
Moins : Remise moyenne	107.79	84.36	128.30	98.49
Vente brute	182.96	141.39	208.45	163.26
Moins : Taxe de vente	11.97	9.81	14.98	11.80
Taxe d'accise			22.47	17.70
Remise pour transp.	4.00	4.00	4.00	4.00
Réclame en collaboration	4.36	3.39	5.05	3.93
Garantie pr. matériel	1.88	1.68	2.49	2.39
Revenu à l'usine	160.75	122.51	159.46	123.44
Coût des ventes	114.17	107.63	133.58	124.54
Bénéfice brut	46.58	14.88	25.88	1.10*
Bénéfice brut en %	28.98	12.15	16.23	.89*
Frais des ventes	8.50	6.48	16.27	12.60*
Bénéfice d'exploitation	38.08	8.40	9.61	13.70*
Bénéfice d'exploitat. en %	23.69	6.86	60.03	11.10*
Impôt sur le revenu	17.71	3.91	7.87	11.10*
Bénéfice net	20.37	4.49	1.74	2.48*
Bénéfice net en %	12.67	3.67	1.09	2.01*

Note : * indique une *perte*.

COMPAGNIE "C"

RÉGIME DES PRIX

	Année 1950		Année 1951	
	Armoire frig. 6 pi. cu. environ	Cuisinière 4 plaques sur fourneau	Armoire frig. 6 pi. cu. environ	Cuisinière 4 plaques sur fourneau
Prix de détail	$299.75	$229.75	$345.75	$265.75
Prix au détaillant	198.93	150.58	229.61	174.59
Bénéfice du détaillant	100.82	79.17	116.14	91.16
Bénéfice du détaillant en %	33.63	34.46	33.59	34.30
Prix au grossiste	166.66	125.32	192.23	145.53
Bénéfice du grossiste	32.27	25.06	37.38	29.06
Bénéfice du grossiste en %	16.22	16.64	16.28	16.64

COMPAGNIE "D"

COMPARAISON DES PRIX, DU PRIX DE REVIENT ET DES MAJORATIONS DANS LE CAS DES RÉFRIGÉRATEURS ÉLECTRIQUES, AVANT ET APRÈS L'AUGMENTATION DES IMPÔTS

(A) Prix	Avant l'augmentation des impôts		Après l'augmentation des impôts	
	7½ pi. cu.	8½ pi. cu.	7½ pi. cu.	8½ pi. cu.
Prix de détail proposé	$344.50	$374.50	$397.50	$432.50
Prix au détaillant	232.35	248.90	268.15	287.50
Prix au grossiste	192.25	205.50	221.80	237.30
Prix au fabricant, livré	159.05	166.50	187.43	195.92
Taxe de vente et d'accise	13.97	14.95	43.61	46.72
Prix total à la livraison	$173.02	$181.62	$231.04	$242.64

(B) Majoration en pourcentage	%	%	%	%
Détaillant au consommateur	48.27	50.46	48.24	50.43
Grossiste au détaillant	20.86	21.12	20.90	21.15
Fabricant au grossiste	11.11	13.15	4.00	2.20*

Notes : (1) Les frais du fabricant ne comprennent pas les dépenses assimilables à des immobilisations, les intérêts ou l'impôt sur le revenu.

(2) Les frais du fabricant après augmentation des impôts ne reflètent pas la situation actuelle caractérisée par une regression constante du volume et l'augmentation du coût du matériel et de la main-d'oeuvre.

E. & O.E.

Le 29 novembre, 1951.

Note : * indique une *perte*.

COMPAGNIE "E"

JANVIER—30 JUIN 1950

Prix imposé (y compris taxe de vente de 8 p. 100)			$ 86.50
Les 40 p. 100 du distributeur plus 10 p. 100 également	$39.79	Solde	46.71
Remise pour transport égale	.96	"	45.75
Taxe de vente 8/108 égale	3.39	"	42.36†
Prix de revient au fabricant pour la période visée			34.75
Bénéfice du fabricant			$ 7.61

MAI—OCTOBRE 1951

Prix proposé (y compris taxe de vente de 10 p. 100 et taxe d'accise de 15 p. 100)			$100.00
Les 40 p. 100 du distributeur plus 10 p. 100 également	46.00	Solde	54.00
Remise pour transport égale	1.08	"	52.92
Taxe de vente 10/125 égale	4.23	"	48.69
Taxe d'accise 15/115 égale	6.35	"	42.34†
Prix de revient au fabricant pour la période visée			42.17

Bénéfice du fabricant : 17c. soit .17 p. 100.

MAI—OCTOBRE 1951

Prix proposé (y compris taxe de vente de 10 p. 100 et taxe d'accise de 25 p. 100)			$107.85
Les 40 p. 100 du distributeur plus 10 p. 100 également	$49.61	Solde	58.24
Remise pour transport égale	1.08	"	57.16
Taxe de vente 10/135 égale	4.23	"	52.93
Taxe d'accise 25/125 égale	10.59	"	42.34†
Prix de revient au fabricant pour la période visée			42.17
Bénéfice du fabricant : 17c.			
Cette compagnie-ci rapporte pour le 3e trimestre une perte de			$ 9,896.66
Cette compagnie-ci rapporte pour le mois d'octobre 1951 une perte de			3,298.88
			$13,195.54

† Revenu net du fabricant.

COMPAGNIE "F"

Bénéfice net moyen pour 1950 — 8.7 p. 100 de toutes les ventes.
(Pour l'ensemble des appareils l'éventail des profits et pertes va d'une perte de 6.5 p. 100 à un bénéfice de 14.2 p. 100)
Après augmentation de l'impôt — Printemps de 1951 — perte moyenne de 7.7 p. 100 des ventes.

Prix proposés — Le détaillant reçoit du consommateur		$13.95
Le grossiste reçoit du détaillant		9.30
Le fabricant reçoit du distributeur		7.53
Moins impôts et transport		.87
Bénéfice net du fabricant, f.a.b.		6.66

Coût en 1950 : $6.03 — Bénéfice net par unité : 63c.

A l'heure actuelle le coût dans l'entrepôt du fabricant est de $7.17 — la perte par unité de 51c.

Note : * indique une *perte.*

COMPAGNIE "G"

Remises aux détaillants sur le prix de détail proposé par le fabricant

	Remise minimum p. 100	Remise maximum p. 100
Réfrigérateurs	27	36
Cuisinières	25	35
Lessiveuses	30	38
Petits appareils	25	40

Ce fabricant-ci vend directement au détaillant, sans passer par le grossiste. Il accorde aux distributeurs une remise de 46 p. 100 sur la vente des petits appareils.

L'écart entre les diverses remises, maximums et minimums est fondé sur les éléments suivants :

1. Remise moindre pour les modèles utilitaires à bon marché.

2. Le volume des achats faits par le détaillant.

3. L'efficacité du détaillant du point de vue de l'organisation de la vente, de la formation des vendeurs, de l'emplacement du magasin et des frais encourus pour la vente.

Le 29 novembre 1951.

Bénéfices réalisés au cours des années 1949 et 1950 et dix mois de 1951 ..... grâce à la vente d'appareils.

Exprimés en pourcentages du prix de vente du fabricant

L'impôt sur le revenu fédéral et provincial était de 40 p. 100 de la somme imposable en 1950 et de 52.6 p. 100 en 1951.

	Bénéfice net avant impôt sur le revenu exprimé en p. 100 des ventes			Bénéfice net après impôt sur le revenu exprimé en p. 100 des ventes		
	1949	1950	1951 (10 mois)	1949	1950	1951 (10 mois)
Réfrigérateurs	0.7	5.1	1.0	0.42	3.0	0.5
Cuisinières	10.1	13.1	6.9	6.1	7.7	3.3
Lessiveuses	14.3(perte)	5.5	5.4	(perte)	3.2	2.6
Autres appareils	11.5	11.2	10.6	6.9	6.5	5.0
Tous appareils	4.5	7.4	4.1	2.7	4.3	1.9

COMPAGNIE "K"

Cette compagnie-ci ne vend pas par l'intermédiaire des grossistes.

Cuisinières	Coût	Prix de vente moyen	Prix de détail fixé
Le 1er janvier 1951	162.52	183.58	274.00
Le 30 novembre 1951	216.21	213.73	319.00
Réfrigérateurs	**Coût**	**Prix de vente moyen**	**Prix de détail fixé**
Le 1er janvier 1951	192.85	233.83	349.00
Le 30 novembre 1951	244.40	247.23	369.00

Note : * indique une *perte*.

COMPAGNIE "L"

Bouillottes électriques

	Prix de revient	Prix de vente	Prix de gros	Prix de détail fixé
1er janvier 1951	10.14	8.27	10.33	15.50
2 janvier 1951	11.86	8.80	11.00	16.50

COMPAGNIE "M"

Montant conservé par le fabricant sur chaque dollar provenant de la vente au grossiste (par produit)

	Année 1950			Année 1951 jusqu'ici		
Produit	Net avant les impôts	Moins les impôts	Net conservé	Net avant les impôts	Moins les impôts	Net conservé
A	.228	.095	.133	.230	.115	.115
B	.235	.098	.137	.223	.112	.111
C	.120	.050	.070	.130	.065	.065
D	.084	.035	.049	.076	.038	.038
E	.003	.001	.002	.082*	....	.082*
F	.217	.091	.126	.213	.107	.106
G	.243	.101	.142	.182	.091	.091
H	.207	.086	.121	.176	.088	.088
I	.035	.015	.020	.391*	.....	.391*

Montant conservé par le fabricant sur chaque dollar provenant de la vente au consommateur (par produit)

Produit	Net avant les impôts	Moins les impôts	Net conservé	Net avant les impôts	Moins les impôts	Net conservé
A	.118	.049	.069	.123	.062	.061
B	.121	.050	.071	.117	.059	.058
C	.061	.025	.036	.070	.035	.035
D	.044	.019	.025	.040	.020	.020
E	.001	.0005	.0005	.041*	....	.041*
F	.115	.048	.067	.116	.058	.058
G	.135	.056	.079	.099	.050	.049
H	.144	.060	.084	.099	.050	.049
I	.019	.008	.011	.136*	.....	.136*

On estime que, dans le peu de temps dont on a disposé, on est parvenu à réunir assez de renseignements exacts pour démontrer que, comme on l'a déclaré au comité conjoint, les bénéfices de l'industrie de l'appareillage électro-ménager n'ont vraiment pas été excessifs, c'est le moins qu'on puisse dire. On estime que la présentation de ces chiffres aidera le comité à formuler ses voeux en ce qui concerne le "maintien du prix de revente".

Veuillez agréer, etc.

le directeur général,

B. NAPIER SIMPSON

Note : * indique une *perte.*