

**Que le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS n'essaie pas d'assurer la surveillance de tous les prix ni leur réglementation après la mise en oeuvre de la taxe.**

Des témoins ont suggéré que l'arme la plus efficace que le BIC pourrait brandir dans l'exécution de son mandat d'enquêteur serait celle de la persuasion morale dans des négociations directes avec les associations commerciales et les entreprises. Selon l'ACC, le risque pour un secteur de l'industrie de se voir accuser d'escroquerie devrait suffire pour que chacun de ses membres veille à assurer le transfert des économies réalisées.

Cependant, cet aspect du mandat du BIC fait l'objet de préoccupations chez certains témoins. Ils estiment qu'un organisme chargé de recevoir des plaintes et de mener les enquêtes subséquentes n'aura aucun effet sur le transfert des économies réalisées aux consommateurs par le moyen d'une baisse des prix, ou encore ils redoutent que le travail du BIC prenne la forme d'une «chasse aux sorcières» ou d'un jeu où il faut à tout prix repérer les changements extraordinaires des prix sans se donner la peine de prendre en considération les nombreux facteurs qui interviennent dans la fixation des prix.

Si le mandat du BIC est en partie d'informer le public sur les pratiques irrégulières de fixation des prix, le Comité ne peut toutefois approuver les activités qui exigeraient du BIC qu'il rende publics les noms des entreprises coupables de ne pas avoir transféré les économies issues de la TVF aux consommateurs. Le Comité a signalé qu'il est virtuellement impossible de déterminer précisément, pour la plupart des produits, quelle proportion des prix revient à la TVF et de distinguer les changements de prix imputables à l'élimination de la TVF des autres. En conséquence, seuls les cas flagrants d'abus mériteraient d'être dénoncés publiquement et leurs auteurs menacés de poursuites en justice.

Le Comité considère que la publicité positive, par opposition à la publicité négative, a plus de chance d'encourager le transfert des économies associées à la TVF. Le gouvernement devrait inciter les entreprises à communiquer leurs stratégies de fixation des prix au public et à fournir cette information au BIC. Il devrait aussi pousser les entreprises à prendre l'engagement public de transférer les économies issues de l'annulation de la TVF aux consommateurs. Les entreprises qui feront preuve de civisme à cet égard pourraient être remerciées publiquement pour avoir facilité la transition du régime fiscal actuel au nouveau. Le Comité recommande donc

**Que le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS explore la possibilité d'établir un programme visant à faire connaître les entreprises qui auront pris l'engagement public de transférer les économies issues de l'élimination de toutes les taxes fédérales de vente aux consommateurs.**