

entendu les représentants de petits et de gros détaillants. Toutes ces personnes ont informé le Comité qu'elles transféreraient, dans la mesure du possible, les économies issues de l'abandon de la TVF aux consommateurs. Compte tenu de la difficulté que pose le calcul de la proportion du prix, pour la plupart des produits, attribuable à la TVF, le Comité estime qu'il revient aux entreprises indépendantes et aux associations commerciales, les entités les mieux placées pour fournir une information précise à ce sujet, d'informer les consommateurs sur l'effet de la TPS sur les prix. A vrai dire, certains manufacturiers ont déjà fait des annonces publiques en ce sens. En outre, le Comité exhorte les entreprises à fournir volontairement cette information au BIC et à veiller à la précision de l'information que celui-ci pourrait diffuser quant à leur industrie particulière.

L'ACC a demandé aux consommateurs, aux détaillants et aux entreprises de regrouper leurs efforts pour s'assurer que les consommateurs reçoivent une information exacte ainsi qu'une protection adéquate contre les augmentations indues des prix. Un certain nombre de groupes industriels ont déjà indiqué qu'ils transmettraient l'information aux consommateurs. La Chambre de commerce du Canada estime que les entreprises ont un rôle important à jouer dans l'information du public sur les retombées de la TPS sur les prix et encourage ses membres à participer à ce processus d'éducation. La société Sears a indiqué qu'elle s'engageait à expliquer à ses clients les effets de la TVF et de la TPS. Le Conseil canadien du commerce de détail a signalé au Comité qu'il travaillait actuellement à l'élaboration d'un programme d'information public pour aider les consommateurs à comprendre la TPS et les informer de ce que l'on peut en attendre au niveau des achats au détail. Le Comité considère que les associations commerciales et toutes les entreprises importantes devraient s'associer à ces efforts. Il recommande donc

Que le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS encourage activement les associations commerciales et les entreprises à renseigner les consommateurs sur les effets anticipés de la TPS sur les prix, et réponde promptement aux demandes des consommateurs.

Le Comité croit que le gouvernement devrait travailler avec les groupes de consommateurs et la communauté des affaires pour fournir aux consommateurs une information exacte et en temps opportun. Le Conseil canadien du commerce de détail et d'autres témoins ont déclaré être prêts à agir en collaboration avec le BIC à cet égard. Le cas échéant, le gouvernement pourrait penser à mettre sur pied des programmes d'information conjoints avec le milieu des affaires et les groupes de consommateurs. Le Comité recommande donc

Que le Bureau d'information aux consommateurs travaille en étroite collaboration avec les associations commerciales, les entreprises et les groupes de