

CHAPITRE 2 – LA TPS ET LE CONSOMMATEUR

A. Éducation du consommateur

Les consommateurs savent que le gouvernement fédéral essaie d'introduire une taxe sur la plupart des produits et des services, mais ils ne sont pas au courant de l'existence de la TVF, la taxe que remplacerait la TPS. La taxe de vente fédérale n'est pas visible pour les consommateurs et la plupart d'entre eux ne se rendent pas compte qu'ils la payent. Pourtant, elle est élevée; le ministre du Revenu national a déclaré au Comité que tous les Canadiens versent en moyenne 700 dollars annuellement au chapitre de cette taxe.

Les caractéristiques fondamentales de la TVF, son invisibilité et son application au niveau des manufacturiers rendent extrêmement difficile sinon impossible pour les consommateurs de déterminer quel pourcentage exact du prix au détail d'un produit est imputable à la taxe de vente fédérale. A tel point que les experts sont souvent en désaccord sur le taux effectif de la TVF applicable aux diverses marchandises. En termes simples, une TVF de 13,5 p. 100 au niveau des manufacturiers ne signifie pas 13,5 p. 100 au niveau de la vente du détail. Même au niveau des manufacturiers, le taux effectif peut être inférieur à 13,5 p. 100.

Contrairement à la TVF, la TPS aura un effet visible et immédiat sur les consommateurs. Ils sauront quand et combien ils payent.

Comme nous l'avons signalé plus tôt dans le rapport, la TPS aura des effets divers sur le prix des produits et des services. Il sera essentiel que les consommateurs se fassent une idée de l'effet de la TPS sur les prix. Étant donné qu'on estime que la taxe fera monter l'Index des prix à la consommation (IPC) en 1991 de 1,25 à 1,7 p. 100, les consommateurs subiront une perte de leur revenu réel disponible et de leur pouvoir d'achat. L'urgence de prévoir leurs achats au moment opportun pour profiter des baisses de prix globales avant ou après la mise en oeuvre de la TPS, se fera de plus en plus sentir au fur et à mesure que la date proposée d'imposition de la taxe approchera. Chose peut-être plus importante encore, s'ils ont une idée de l'effet anticipé de la TPS sur les prix ils seront en mesure de se demander s'ils bénéficient des avantages de l'abolition de la TVF.

Le Comité a entendu les témoignages sur le degré actuel de sensibilisation des consommateurs à la TPS. Certains témoins se sont inquiétés du malentendu très fréquent qui veut que la TPS fasse monter tous les prix de 7 p. 100. Les dirigeants de Sears Canada Inc. (Sears) ont indiqué, d'après les résultats d'une récente étude, que 84 p. 100 des consommateurs pensaient que le prix de toutes les marchandises allait augmenter en raison de la TPS. D'autres témoins redoutent l'ampleur de l'idée, tout aussi courante et erronée,