

[Text]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Wednesday, May 30, 1990

• 1536

The Chairman: Order, please. Ladies and gentlemen, welcome to our committee this afternoon. We are continuing our inquiry into the effects of GST on consumers, consumer prices and the appropriateness of the government's proposed consumer information office.

Our first witnesses today are from Chrysler Canada. Mr. Israel, welcome. Perhaps for the record you could introduce your colleagues and then proceed with a statement.

Mr. Gary J. Israel (Vice-President of Finance and Controller General, Chrysler Canada Ltd.): Thank you. With me today is Mr. Stein, Vice-President of Public Relations, and Mr. Fenn, Assistant Controller of Tax Affairs.

Chrysler Canada is pleased to have this opportunity to appear before the committee. I will be making a very short opening statement. Chrysler Canada has consistently supported the goods and services tax. We feel it is beneficial to expand the tax burden to include services and feel that the value-added concept of GST is a more equitable approach for the country's tax system.

The immediate effect of lower wholesale automobile prices effective January 1, 1991, will be beneficial to our industry and provide indirect benefits to the supplier community servicing the automobile industry. Our dealers should benefit from lower inventory costs and hopefully lower interest rates over the long term.

On January 1, Chrysler will pass on to its dealers the difference between the current federal sales tax and the GST. We will strongly encourage our dealers to pass these savings on to the consumer. We must emphasize that we sell our products through 700 franchise dealers, who in turn negotiate price with their customers. We will reflect GST as a separate item on the labels that reflect manufacturers' suggested retail prices, so the consumer should be able to compare MSRP prices before and after the tax.

Chrysler's biggest concern with respect to GST is the effect on car and truck sales during the fourth quarter of this year. We feel the consumer will delay purchases of cars and trucks until the first quarter of 1991. This concern applies to all sales, but it is magnified in sales to fleet customers who will benefit from the full reduction of federal sales tax by deferring purchases until 1991.

We are concerned with the effects a significant reduction in automobile sales will have on the total economy, specifically our dealers and their employees. The manufacturers are already providing costly incentives to

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le mercredi 30 mai 1990

Le président: Mesdames et messieurs, nous allons commencer la séance de cet après-midi en continuant notre étude de l'incidence de la TPS sur les consommateurs et les prix à la consommation, et en analysant également l'efficacité éventuelle du bureau d'information des consommateurs proposé par le gouvernement.

Nos premiers témoins représentent la société Chrysler Canada. Monsieur Israel, je vous souhaite la bienvenue. Peut-être pourriez-vous présenter vos collègues puis faire votre déclaration liminaire?

M. Gary J. Israel (vice-président des finances et contrôleur général, Chrysler Canada Limitée): Merci, monsieur le président. Je suis accompagné de M. Stein, vice-président, relations publiques, et de M. Fenn, contrôleur adjoint, questions fiscales.

La société Chrysler est heureuse de pouvoir s'exprimer devant votre comité. En bref, je dois dire que notre société a toujours été en faveur de la taxe sur les produits et services. Nous pensons qu'il sera bénéfique d'élargir l'assiette fiscale aux services et que le principe de taxe à la valeur ajoutée, qui fonde la TPS, est plus équitable.

L'effet immédiat de la baisse des prix de gros des automobiles dès le 1^{er} janvier 1991 sera très bénéfique à notre industrie ainsi qu'à tous ses fournisseurs. Nos revendeurs tireront profit d'un abaissement de leurs frais de stockage et, peut-on l'espérer, d'un abaissement à long terme des taux d'intérêt.

Le 1^{er} janvier, Chrysler transmettra à ses concessionnaires la différence entre la taxe fédérale de vente actuelle et la TPS, et nous encouragerons fermement nos concessionnaires à transmettre cette économie aux consommateurs. Je souligne que nos produits sont distribués par 700 concessionnaires en franchise, qui négocient leurs prix avec leurs clients. Le montant de la TPS sera indiqué séparément sur les étiquettes des prix de vente recommandés par le fabricant, de façon à ce que le consommateur puisse comparer ces derniers avant et après la réforme fiscale.

La principale préoccupation de Chrysler au sujet de la TPS concerne son incidence sur les ventes d'automobiles et de camions durant le dernier trimestre de cette année. Nous croyons en effet que les consommateurs vont reporter leurs achats jusqu'au premier trimestre de 1991. Ce phénomène risque de toucher toutes les ventes, mais il sera amplifié dans les ventes de pares de véhicules, catégorie qui pourra tirer un gros avantage de la réduction de la taxe fédérale de vente en reportant les achats jusqu'en 1991.

Nous craignons l'incidence sur notre économie globale, notamment sur nos concessionnaires et nos employés, d'une réduction importante des ventes d'automobiles. Les fabricants fournissent déjà des incitations coûteuses pour atténuer