

Impôt sur le revenu

M. Chrétien: Je suis la bonté même.

(L'article 12 est adopté.)

[Traduction]

Sur l'article 13.

M. Stevens: Monsieur le président, cet article traite de la publicité par les stations de télévision et de radio. Peut-être que le ministre pourrait engager la discussion en expliquant à quoi on vise par cette disposition.

M. Chrétien: Je voudrais d'abord expliquer la chose à ma façon. Les modifications à l'article 14 . . .

M. Stevens: Non, l'article 13.

Le président: La parole est au député de Sault-Sainte-Marie à moins que le ministre des Finances n'ait pas terminé.

M. Chrétien: Je veux bien céder la place au député de Sault-Sainte-Marie.

M. Symes: Monsieur le président, j'appuie l'article 13 qui se rattache au bill 58 dont la Chambre a déjà été saisie. Il concerne le problème de la publicité que font faire des sociétés canadiennes à des stations de télévision frontalières américaines, ce qui fait perdre près de 20 millions de dollars par an aux stations canadiennes. Cette modification vise à interdire aux sociétés canadiennes de déduire ces frais de publicité de leur revenu imposable. Je crois que cette mesure comporte une échappatoire puisque selon sa teneur, les dispositions de l'article 19(1) ne me paraissent pas avoir l'effet dissuasif que l'on visait avec la résolution budgétaire, car dans l'article il n'est question que de la date de paiement du contrat et non pas de la date d'exécution. La présente disposition laisse toujours la porte ouverte à des contrats à long terme lesquels ayant été remplis avant le 23 janvier 1975 et payés avant le 21 septembre 1977, échapperont à l'impôt. Le ministre voudrait-il dire si mon interprétation est correcte?

M. Chrétien: A mon avis, l'interprétation du député est erronée. L'amendement proposé cherche à traiter exactement le problème dont le député vient de parler, si je puis lire cette section technique ou cette explication ici. Des contribuables cherchaient à profiter de cette déduction en signant une série de contrats successifs d'un an, dans l'espoir d'échapper à cette redevance, pendant plusieurs années. Nous mettons donc fin avec l'article 13 à cette échappatoire.

M. Symes: Monsieur le président, j'aimerais éclaircir les choses. Pour être plus précis, dans le cas d'un contrat à long terme qui est exécuté avant le 23 janvier 1975 et payé avant le 21 septembre 1977, ce contrat n'échapperait pas à l'impôt, d'après le ministre. C'est la durée du contrat qui me préoccupe ici.

M. Chrétien: Je ne suis pas très bien le ministre, mais je vais lire les trois lignes suivantes. L'amendement est destiné à assurer que les dépenses ne seront pas déductibles, si elles ont été faites après le 21 septembre 1977, soit une année complète après l'entrée en vigueur de cet article de la loi. Par conséquent, ils ne peuvent avoir de contrat à long terme car l'article

[M. Stevens.]

leur sera applicable, à l'expiration de la première année du contrat.

M. Friesen: Monsieur le président, prenons l'exemple d'une chaîne hôtelière qui veut faire de la publicité dans des revues ou des journaux américains sur la côte ouest et en Floride. Peut-on considérer ces dépenses publicitaires comme légitimes et sont-elles déductibles et considérées comme propres à attirer les affaires au Canada? Nous nous intéressons au tourisme, et j'aimerais bien connaître cette réponse. Peut-être le ministre pourrait-il le préciser?

M. Chrétien: Ces dépenses seront déductibles, car la publicité n'est pas destinée au marché canadien. Il s'agit de publicité qui s'adresse aux clients du marché américain pour les inciter à venir au Canada. Cependant, s'il s'agissait d'une publicité parue dans une revue américaine et incitant les Canadiens à acheter une voiture au Canada, par exemple, cette déduction ne serait pas autorisée.

M. Friesen: Non loin de Vancouver à Bellingham, dans l'État de Washington, nous avons une station de télévision américaine. De nombreux chefs d'entreprise canadiens font passer de la publicité sur cette chaîne, qui s'adresse à la fois au marché canadien et au marché américain. Pour l'information des hommes d'affaires de la région de Vancouver, le ministre pourrait-il me dire s'il y a une différence entre la publicité faite à cette chaîne, et celle que l'on trouve dans les périodiques de la côte ouest?

M. Chrétien: Il appartiendra au ministre du Revenu national d'établir si la publicité s'adresse à la clientèle canadienne. Si, au contraire, elle s'adresse à la clientèle américaine, son coût pourrait être déductible. Le ministre du Revenu national prendra sa décision après avoir étudié le programme publicitaire. Du temps acheté à la télévision américaine par des hommes d'affaires canadiens pour tenter de rejoindre une clientèle canadienne ne serait pas déductible, mais il le serait si on tentait de rejoindre la clientèle américaine.

M. Friesen: Le ministre veut-il dire qu'un homme d'affaires canadien qui aurait fait de la publicité à une station de télévision de Bellingham (Washington), dans l'espoir d'attirer dans notre pays des clients américains, pourrait légitimement déduire cette dépense.

M. Chrétien: D'après la loi, il appartiendra au ministre du Revenu national de décider si cette publicité s'adresse surtout à la clientèle canadienne. Le cas échéant, la dépense ne serait pas déductible. Le ministre devra donc étudier la nature de la publicité. La question est des plus délicates, car il y a un problème de frontière. Pour simplifier, je préfère votre première question. Si de la publicité faite en Californie vise à inviter les Américains à visiter la Colombie-Britannique, cette dépense est déductible car elle s'adresse à une clientèle américaine. Si vous faites de la publicité à la frontière dans le but d'attirer l'attention de consommateurs canadiens par l'intermédiaire d'une station de télévision américaine, votre dépense n'est pas déductible.