

[Text]

**Mr. Attewell:** So you have absolutely no qualms about walking away from that; it is broken and do not try to fix it.

**Mr. McKichan:** Certainly.

**The Chairman:** Can you explain your mark-up procedure on the tax?

**Mr. McKichan:** That is there. But retailers need a certain amount of dollars to operate. It is competition that determines the margin and the eventual yield; it is not the price of the merchandise.

**The Chairman:** The price of the merchandise to the retailer includes the tax.

**Mr. McKichan:** Yes. But the retailer's margin is not dependent on his price. What he needs to operate his business is what he needs. His competitors will be suffering somewhat the same costs. It is competition that will determine his margin.

**The Chairman:** It would seem to me that you would not need to have as many dollars involved in owning inventory and therefore you would be far better off.

**Mr. McKichan:** The retailer will have a lower inventory investment, and that will reduce part of his costs.

• 2020

**Mr. Whittaker:** I just have one question with reference to the effect in the retail market. First of all, we have some information that with the manufacturers sales tax gone and a 9% tax replacing it, there will be a saving to consumers. We have been told by some of our witnesses that if we think it is going to be passed on to the consumer, they have a bridge to sell us. What is your opinion with respect to any savings that will come through the retail area as a result of this tax?

**Mr. McKichan:** When prices change there is always stickiness. The retailer knows from experience that he has to exert pressure on his suppliers to attempt to make sure that the benefit gets passed on in the prices to him so that he can pass on the benefits to the consumer. It is for this reason we are suggesting that the manufacturer or the supplier be obliged some months before the introduction of the tax to quote in his invoices the amount of tax that is included in his invoices. When the change comes, the retailer can then make sure or attempt to make sure that the appropriate reduction has been made and the price is quoted to him.

**Mr. Whittaker:** You are trying to build in to ensure that any price saving is passed on to the consumer.

[Translation]

**M. Attewell:** Donc, vous n'avez aucune hésitation à laisser tomber cette taxe-là; elle est irréparable.

**M. McKichan:** Certainement.

**Le président:** Pouvez-vous nous expliquer la procédure selon laquelle vous prélevez votre propre marge par-dessus la taxe?

**M. McKichan:** Ça y est. Cependant, les détaillants ont quand même besoin d'un certain montant pour pouvoir opérer. C'est la concurrence qui détermine la marge et le rendement éventuel. Ce n'est pas le prix de la marchandise.

**Le président:** Le prix que paye le détaillant pour la marchandise comprend la taxe.

**M. McKichan:** Oui, mais la marge du détaillant ne dépend pas de son prix. Il a besoin d'un certain montant pour faire fonctionner son entreprise, un point c'est tout. Ses concurrents feront face aux mêmes coûts, plus ou moins. C'est la concurrence qui déterminera la marge.

**Le président:** Il me semble que vos stocks ne vous coûteraient pas autant et que vous seriez donc en bien meilleure posture.

**M. McKichan:** Le détaillant aura moins d'argent investi en stock, et cela réduira une partie de ses coûts.

**M. Whittaker:** J'ai une question à poser au sujet de l'incidence sur le marché de détail. Selon les documents, si la taxe sur les ventes des fabricants est supprimée et remplacée par une taxe de 9 p. 100, il en résultera des économies pour les consommateurs. Or certains de nos témoins nous ont dit que, si nous étions prêts à croire que les consommateurs bénéficieraient des économies réalisées, ils aimeraient bien nous vendre un pont. À votre avis, dans quelle mesure les consommateurs bénéficieront-ils au niveau du détail des économies réalisées grâce à cette taxe?

**M. McKichan:** C'est toujours délicat quand les prix changent. Le détaillant sait d'expérience qu'il doit exercer des pressions sur ses fournisseurs pour que les économies soient comprises dans le prix qu'on lui fait et qu'il puisse ainsi en faire bénéficier les consommateurs. C'est pour cela que nous proposons que le fabricant ou le fournisseur soit tenu, quelques mois avant l'entrée en vigueur de la taxe, d'indiquer sur ses factures le montant de taxe compris dans ses prix. Lorsque la nouvelle taxe entrera en vigueur, le détaillant pourra alors essayer de s'assurer que le prix qu'on lui fait soit réduit en conséquence.

**M. Whittaker:** Vous essayez de prévoir un mécanisme pour garantir que, le cas échéant, le consommateur bénéficie des économies réalisées sur les prix.