

9. Le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS ne doit pas essayer d'assurer la surveillance de tous les prix ni leur réglementation après la mise en oeuvre de la taxe.
10. Le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS doit explorer la possibilité d'établir un programme visant à faire connaître les entreprises qui auront pris l'engagement public de transférer les économies issues de l'élimination de toutes les taxes fédérales de vente aux consommateurs.
11. Le gouvernement fédéral doit continuer les négociations avec les provinces pour arriver à une taxe de vente nationale unique et visible.
12. Le Directeur des enquêtes et des recherches doit travailler avec le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS pour surveiller la publicité associée à la TPS et aviser les consommateurs des plaintes relatives à la publicité trompeuse.
13. Le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS doit concentrer ses activités de recherche pour mieux mener à bien son rôle éducatif auprès des consommateurs sur la TPS et ses effets sur les prix.
14. Le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS doit faire l'objet d'un examen au plus tard six mois après la mise en oeuvre de la TPS et fermer au plus tard un an après cette même date.
15. Le budget d'exploitation initialement proposé pour le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS doit être réduit de façon significative.