

À première vue, il est raisonnable de se demander si une grande entreprise ou une association commerciale accordent vraiment toute l'importance voulue à l'engagement public de ne pas tirer profit de la réforme fiscale. Après tout, pouvaient-elles affirmer le contraire? Si l'on creuse un peu la situation, cependant, en tenant compte de l'avantage concurrentiel que peut apporter la réduction des prix, il devient évident que de nombreux éléments viennent renforcer la valeur de ces déclarations publiques.

Lorsqu'une entreprise s'engage personnellement à répercuter les économies de la TVF sur ses clients, qu'il s'agisse de grossistes, de détaillants ou de consommateurs finals, elle doit en payer le prix en fournissant un sérieux effort pour mettre en évidence le montant de la TVF intégré au prix des marchandises qu'elle vend. Les fabricants doivent interroger les fournisseurs bien avant la date de mise en oeuvre de la TPS pour avoir une idée de la valeur de la TVF dans le coût de leurs intrants. Les détaillants, en revanche, éprouveront plus de difficulté à calculer le coût de cette taxe étant donné qu'ils sont situés à un stade inférieur dans le cycle de distribution, vendent des produits sur lesquels le taux de taxe en vigueur varie largement et, dans la plupart des cas, assurent la commercialisation d'une grande variété de produits. Eux aussi, toutefois, devraient faire un effort pour communiquer avec leurs fournisseurs. Bien qu'une évaluation précise soit difficile à réaliser, pour les raisons susmentionnées, des chiffres estimatifs peuvent être établis.

Mais, mettre en évidence les économies est une chose, les répercuter sur les consommateurs en est une autre. Nous avons souligné que la vive pression de la concurrence sur le marché aiderait à persuader les intéressés à ne pas conserver les économies réalisées. Il serait aussi utile que les entreprises qui occupent une place importante sur le marché insistent sur l'importance d'une répercussion intégrale à la fois sur leurs fournisseurs et sur les consommateurs. De nombreuses entreprises qui ont comparu devant nous ont en fait indiqué qu'elles exhortaient vivement leurs fournisseurs et leurs clients immédiats à cerner les économies dans le processus de production et de distribution et pour les répercuter. Nous sommes heureux de ces engagements et exhortons toutes les entreprises canadiennes à les imiter.

Il est cependant probable que toutes les économies de taxe ne seront pas répercutées sur le consommateur étant donné que tous les marchés ne sont pas parfaitement ou véritablement concurrentiels. Cette situation peut se produire lorsqu'un petit nombre d'entreprises occupent une place dominante sur le marché et sont par conséquent en mesure d'influencer les prix dans le secteur industriel en question. M. Mike McCracken d'Informetrica Limited, a mentionné qu'il craignait des augmentations abusives dans les secteurs de l'économie où les entreprises sont réglementées par les pouvoirs publics comme dans le domaine de l'électricité et du téléphone. Dans les secteurs réglementés toutefois, les organismes gouvernementaux sont souvent en mesure de surveiller la fixation des prix et de s'assurer que la TVF n'est pas conservée pour accroître les profits.