

C. Le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS

Dans son document technique concernant la Taxe sur les produits et les services, le gouvernement s'est dit d'avis que les consommateurs capables de se faire une opinion sur les effets de la TPS sur les prix stimuleraient les forces concurrentielles du marché garantissant par là-même la transmission des économies réalisées à l'égard de la TVF et constitueraient donc une garantie contre les pratiques inéquitables de fixation des prix.

Pour aider les consommateurs, le gouvernement a établi la création d'un Bureau spécial d'information aux consommateurs sur la TPS (le BIC), sous les auspices du ministère des Consommateurs et des Sociétés. Le BIC fonctionnerait de façon autonome et présenterait des rapports au gouverneur en conseil et au public. Son mandat serait (1) de diffuser, avant la mise en oeuvre de la TPS, de l'information aux consommateurs sur les augmentations et réductions anticipées des prix des principaux produits et services; (2) de surveiller les prix afin d'encourager les entreprises à répercuter sur les consommateurs les économies issues de l'élimination de la TVF; (3) de recevoir les plaintes des consommateurs sur les pratiques de fixation des prix et de mener des enquêtes à leur sujet; (4) d'évaluer les effets de la TPS sur les prix à la consommation en faisant appel à des chercheurs indépendants et en recevant les plaintes; et (5) d'informer le public au sujet des pratiques irrégulières de fixation des prix.

Si la plupart des témoins se sont entendus pour dire que les consommateurs ont besoin d'information sur la TPS, le débat sur la nécessité de créer un organisme comme le Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS en vue de diffuser cette information a été houleux. Nombreux sont les témoins qui se sont inquiétés du rôle d'enquêteur attribué au BIC à l'égard des plaintes sur les pratiques inéquitables de fixation des prix.

Des organismes comme la Chambre de commerce du Canada et l'Association canadienne des détaillants en quincaillerie (ACDQ) se sont déclarés totalement opposés à la création d'un Bureau d'information aux consommateurs sur la TPS. Ils estiment que l'établissement d'un tel organisme serait une perte d'argent pour les contribuables. En outre, ils soutiennent qu'une telle décision perpétuerait le mythe voulant que les entreprises feront sans doute tout leur possible pour profiter de la taxe et augmenter injustement les prix. Selon eux, les forces du marché suffiront à elles seules à garantir le transfert aux consommateurs des économies réalisées par l'annulation de la TVF. L'ACDQ, en particulier, estime que le risque de perdre des clients, parce qu'un commerçant n'aura pas transmis les économies associées à la TVF, représente une menace plus efficace qu'un éventuel organisme gouvernemental de surveillance.

D'autres témoins pensent que le BIC pourrait jouer un rôle utile dans la diffusion de l'information sur la TPS aux consommateurs. L'ACC et l'Association des consommateurs