



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 041



1^{re} SESSION



42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 1^{er} décembre 2016



Présidente

L'honorable Hedy Fry

Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 1^{er} décembre 2016

• (1100)

[Traduction]

Le vice-président (M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC)): Bonjour à tous. Je vous souhaite la bienvenue à la 41^e séance du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes.

Je vous présente nos témoins d'aujourd'hui : Sean Keenan, directeur, Division de la taxe de vente, Direction de la politique de l'impôt, ministère des Finances; et Danielle Laflèche, directrice générale, Direction de l'accise et des décisions de la TPS/TVH, Direction générale de la politique législative et des affaires réglementaires, Agence du revenu du Canada.

Merci beaucoup d'être des nôtres ce matin. Je vais vous inviter dans un instant à faire vos observations préliminaires, après quoi je laisserai les députés intervenir à tour de rôle. Ils auront chacun sept minutes, ce qui comprend les questions et les réponses. J'ai bien hâte d'entendre vos exposés et les renseignements dont vous nous ferez part afin que nous puissions les intégrer dans notre rapport sur les communications dans les régions rurales et éloignées.

Sur ce, je cède la parole à M. Keenan, qui est le premier témoin sur notre liste.

M. Sean Keenan (directeur, Division de la taxe de vente, Direction de la politique de l'impôt, ministère des Finances): Je vous remercie de m'avoir invité à comparaître devant le Comité pour discuter de la perception de la taxe de vente du Canada, à savoir la taxe sur les produits et services/taxe de vente harmonisée, connue comme la TPS/TVH, sur les fournitures de produits numériques.

Comme le président l'a dit, je m'appelle Sean Keenan, et je suis le directeur de la Division de la taxe de vente, au sein de la Direction de la politique de l'impôt au ministère des Finances. Parmi mes responsabilités, je surveille les éléments de politique et de conception du système de la TPS/TVH.

La TPS/TVH est une taxe générale qui est prélevée sur la plupart des produits et services qui sont consommés au Canada. L'assiette fiscale élargie permet de garantir que la TPS/TVH est juste, efficace et simple.

Les vendeurs qui fournissent des produits et des services taxables doivent généralement s'inscrire et percevoir la TPS/TVH de leurs clients, puis verser la taxe perçue à l'Agence du revenu du Canada. Cette taxe est habituellement prélevée sur les produits et services importés de la même façon que sur les achats effectués au pays. Ce faisant, on s'assure que les produits et services importés n'obtiennent pas un avantage concurrentiel par rapport aux produits et services vendus au Canada.

La TPS, ou l'élément fédéral de la TVH, est actuellement perçue au taux de 5 % dans l'ensemble du Canada. L'Ontario, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-

Neuve-et-Labrador ont choisi d'harmoniser leurs taxes de vente provinciales avec la TPS fédérale. Dans ces cinq provinces, la TPS est perçue dans le cadre de la TVH à un taux fédéral-provincial de 13 ou 15 %, selon la province.

Le commerce électronique et les ventes par Internet sont un nouvel aspect de la consommation au Canada, et il s'agit d'une tendance en croissance rapide. Sous le régime de la TPS/TVH, les entreprises canadiennes, ainsi que les sociétés étrangères qui exercent leurs activités au Canada, doivent généralement s'inscrire et percevoir la taxe sur leurs ventes de produits et services par Internet aux Canadiens, dans les cas où les articles seront utilisés au Canada.

Les ventes qu'effectuent des sociétés étrangères dans le cadre du commerce électronique peuvent représenter un défi en ce qui concerne la perception appropriée de la taxe de vente. Les entreprises étrangères de vente par Internet qui n'ont aucune présence physique au Canada ne sont généralement pas obligées de percevoir la TPS/TVH sur leurs ventes. Au lieu de quoi, dans le cas de biens physiques achetés en ligne et expédiés au Canada par la poste ou par messagerie, l'Agence des services frontaliers du Canada percevra généralement les droits de douane et la TPS/TVH applicables au moment de l'importation des biens.

Dans les cas autres que l'importation de biens physiques, la législation sur la TPS/TVH impose une exigence générale d'établir sa propre cotisation de la taxe. Pour les entreprises admissibles à recouvrer la taxe payable en demandant un crédit de taxe sur les intrants, il n'y a généralement aucune obligation d'établir leur propre cotisation de la taxe sur de telles importations.

Les défis liés à la perception appropriée de la taxe de vente sur les fournitures numériques par des vendeurs étrangers ne sont pas uniques au Canada. Il s'agit d'une question difficile pour tous les pays ayant une taxe de vente. D'ailleurs, cette question a été examinée dans le cadre de la récente initiative du G20 et de l'Organisation de coopération et de développement économiques en vue de combattre l'« érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices », ou BEPS.

Dans le contexte de cette initiative internationale, le budget de 2014 a invité les intervenants à soumettre leurs commentaires sur les mesures que devrait prendre le gouvernement pour assurer une perception efficace de la taxe de vente sur les ventes conclues par des vendeurs étrangers dans le cadre du commerce électronique. Plus précisément, on a demandé aux intervenants si les vendeurs étrangers devraient obligatoirement s'inscrire auprès de l'Agence du revenu du Canada et imposer la TPS/TVH sur les ventes numériques à des résidents canadiens. Les commentaires issus de ces consultations ont permis de définir la contribution et la participation du Canada au projet BEPS du G20 et de l'OCDE.

Le 5 octobre 2015, l'OCDE a publié les rapports finaux du projet BEPS, notamment celui intitulé *Relever les défis fiscaux posés par l'économie numérique, Action 1*. Le rapport *Action 1* portait sur des questions liées à la perception efficace de la taxe de vente sur des fournitures et des services numériques transfrontaliers. Selon une des recommandations, dans les cas où des pays décident d'instituer un régime d'imposition de la taxe de vente à l'égard des fournisseurs étrangers de contenus numériques, le régime devrait suivre les principes directeurs internationaux de l'OCDE relatifs à la taxe sur la valeur ajoutée, ou TVA/TPS, pour ces fournitures. Ces principes directeurs indiquent qu'à l'heure actuelle, l'approche la plus efficace pour assurer une perception appropriée de la TVA/TPS dans le cas de fournitures transfrontalières entre une entreprise et un consommateur consiste à exiger que le fournisseur non résidant s'inscrive et comptabilise la TVA/TPS sur ces fournitures dans le lieu de résidence habituelle du consommateur.

Pour donner suite au rapport *Action 1*, le Groupe de travail n° 9 de l'OCDE sur les taxes à la consommation rédige actuellement un rapport sur les moyens de percevoir la TVA/TPS sur les fournitures et services numériques auprès de vendeurs étrangers. Le rapport examinera et déterminera les pratiques exemplaires des pays qui exigent déjà aux fournisseurs numériques non résidents de s'inscrire et de percevoir la taxe sur leur territoire afin d'aider ceux qui envisagent d'adopter la même approche. Des représentants canadiens participent à l'élaboration de ce rapport de l'OCDE.

• (1105)

Voilà qui met fin à ma déclaration préliminaire. Je serai heureux de répondre à vos questions.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci. Nous allons céder la parole à Mme Laflèche, après quoi nous passerons à la période des questions.

Madame Laflèche.

Mme Danielle Laflèche (directrice générale, Direction de l'accise et des décisions de la TPS/TVH, Direction générale de la politique législative et des affaires réglementaires, Agence du revenu du Canada): Bonjour, monsieur le président. Je m'appelle Danielle Laflèche, et je suis la directrice générale de la Direction de l'accise et des décisions de la TPS à l'Agence du revenu du Canada. Je tiens à vous remercier de m'avoir invitée à assister à votre réunion.

Afin d'établir un contexte utile aux discussions d'aujourd'hui, j'aimerais décrire brièvement le rôle de l'Agence du revenu du Canada dans l'administration de la TPS/TVH. Comme mon collègue l'a mentionné, le ministère des Finances est chargé d'élaborer et d'évaluer la politique fiscale du gouvernement fédéral et les dispositions législatives qui donnent force de loi à la politique.

En tant qu'administratrice, l'Agence du revenu du Canada s'occupe des fonctions liées à la mise en application de ces lois, notamment : fournir des renseignements au public et aux intervenants ; établir des processus par lesquels les particuliers et les entreprises peuvent remplir leurs obligations fiscales et recevoir des prestations ; et, bien sûr, poursuivre des activités d'observation pour s'assurer que chaque personne respecte la loi conformément à l'intention du Parlement.

La Direction de l'accise et des décisions de la TPS, dont je suis responsable, au sein de l'Agence du revenu du Canada, a pour mandat d'interpréter les dispositions de la loi portant sur la TPS/TVH — soit la Loi sur la taxe d'accise —, telle qu'elle est formulée. Nous offrons ce service aux clients par téléphone, en personne ou par écrit en répondant à leurs demandes de renseignements sur les

décisions et les interprétations. Par conséquent, je peux vous parler de l'application de la loi dans sa forme actuelle.

Monsieur le président, madame et messieurs les membres du Comité, cela met fin à mes observations préliminaires. Je serai heureuse de répondre à vos questions.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci beaucoup, madame Laflèche.

Nous allons maintenant entamer la période des questions en commençant par Mme Dabrusin.

Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.): Merci de votre présence aujourd'hui.

Mes questions pour l'ARC et le ministère des Finances dépassent un peu la portée de la TPS/TVH. J'espère que vous serez en mesure de m'aider à trouver réponse à certaines d'entre elles.

Certains des témoins qui ont comparu devant nous — et je parle plus particulièrement des représentants de la revue *The Tye*, à titre d'exemple, mais il y en avait d'autres — nous ont fait état des difficultés à créer un organisme sans but lucratif ou un organisme de bienfaisance pour appuyer les médias. Ils nous ont demandé d'essayer de déterminer certaines des différentes options qui pourraient soutenir les médias.

À ce qu'il paraît, il n'y a aucun fondement juridique permettant à un organisme médiatique d'obtenir le statut d'organisme de bienfaisance au Canada. Est-ce exact?

• (1110)

Mme Danielle Laflèche: Je vous remercie de votre question.

Le domaine des organismes de bienfaisance ne relève pas de ma compétence. Je sais qu'il y a des critères à remplir pour obtenir le statut d'organisme de bienfaisance, mais je ne suis pas bien placée pour vous répondre. Je peux me renseigner et vous faire parvenir les réponses.

Mme Julie Dabrusin: Je vous en saurais gré.

M. Sean Keenan: Je peux toutefois dire que la définition d'organisme de bienfaisance est issue de la common law. Le concept n'est pas défini en tant que tel, mais il provient de la common law. Cette expression couvre... Je n'entrerai pas dans les détails, mais de façon générale, on estime que le soulagement de la pauvreté, la promotion de l'éducation et la religion sont des activités de bienfaisance. Donc, si certains témoins vous ont dit que la promotion des médias n'est probablement pas considérée comme une activité de bienfaisance, c'est sans doute le cas. Encore une fois, nous aurions à en parler avec les experts qui... ce n'est pas couvert par cette définition.

Mme Julie Dabrusin: S'il y a des directives à ce sujet, ce serait utile pour nous.

Par ailleurs, en ce qui concerne les organismes sans but lucratif, j'ai examiné l'article 149 de la Loi de l'impôt sur le revenu, qui porte là-dessus. Si j'ai bien compris, d'après les témoignages des représentants du *Tye*, ils ont établi une fondation qui est liée à leurs activités. Voici donc ma question : y a-t-il moyen de créer, aux termes de la Loi de l'impôt, des fondations qui appuient des organismes médiatiques? Dans la négative, quelle modification législative devrions-nous apporter à la Loi de l'impôt sur le revenu? Là encore, vous pourriez me fournir l'information un peu plus tard.

M. Sean Keenan: Je pense que c'est ce que je vais devoir faire. Les fondations en général... Une fondation de bienfaisance devrait avoir une vocation caritative. Une fois de plus, cela revient à la définition qu'on en donne.

Mme Julie Dabrusin: Je songeais aussi à la possibilité d'ajouter, à l'article 149, un renvoi au secteur sans but lucratif.

Je vais partager mon temps avec M. Vandal. Je lui cède donc la parole.

Merci.

M. Dan Vandal (Saint-Boniface—Saint-Vital, Lib.): Merci beaucoup.

Savez-vous si certaines provinces au Canada utilisent avec succès des crédits d'impôt comme un moyen de favoriser et d'encourager le contenu canadien dans la production médiatique ou télévisuelle?

M. Sean Keenan: Je sais qu'il existe des crédits d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique dans certaines provinces. Par contre, je ne peux rien dire sur leur efficacité. Il y en a aussi un au palier fédéral. Ce n'est pas vraiment mon champ de compétence, mais je sais que certaines provinces offrent des crédits d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique.

M. Dan Vandal: Pourriez-vous nous parler du crédit d'impôt fédéral?

M. Sean Keenan: Malheureusement, non, pas de façon détaillée.

M. Dan Vandal: Plusieurs témoins nous ont proposé d'étudier des façons d'encourager l'innovation dans les médias numériques au moyen d'un crédit d'impôt. D'autres nous ont recommandé d'instaurer un crédit d'impôt pour donner un coup de main à la production de nouvelles locales à la télévision et dans les journaux, où il existe une lacune. Avez-vous une opinion sur ces propositions?

M. Sean Keenan: Je n'en ai pas personnellement. Encore une fois, ces crédits relèvent généralement de l'impôt sur le revenu. On offre déjà des crédits d'impôt sur le revenu. Je tiens à rappeler que, dans le dernier budget, le gouvernement a annoncé un examen des dépenses du régime fiscal pour s'assurer qu'elles sont bien ciblées, fonctionnelles et pertinentes, avec le niveau optimal d'équité, d'efficacité et de simplicité. Un certain nombre de crédits d'impôt actuels sont également à l'étude dans le cadre de cet examen des dépenses fiscales, mais en ce qui concerne l'efficacité des propositions de nouveaux crédits, je ne serais pas en mesure de me prononcer là-dessus.

• (1115)

M. Dan Vandal: Merci.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Notre prochain intervenant sera M. Waugh.

M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci à vous deux d'être des nôtres aujourd'hui.

Il s'agit d'une question qui nous paraît complexe, comme vous pouvez le constater, mais je vais reprendre le point abordé par M. Vandal, car au cours des derniers mois, nous avons entendu dire, comme vous le savez, que les médias partout au pays semblent un peu en difficulté, qu'il s'agisse des journaux, de la radio, de la télévision, des médias numériques ou peu importe. On nous a fait mention de crédits d'impôt pour ces types de médias. Je suppose que ces mesures serviraient à appuyer l'industrie des communications dans sa transition vers le numérique.

Vous avez dit que vous n'aviez peut-être personnellement pas trop d'opinion sur le sujet à ce stade-ci, parce que ces propositions circulent ici depuis peu, mais en quoi consisterait un juste la recommandation visant à créer un nouveau crédit d'impôt pour l'achat de publicité dans les médias canadiens traditionnels? C'est du jamais vu : des crédits d'impôt pour la télévision, les journaux, la

radio, etc., et maintenant, il y a les nouveaux médias numériques. À quoi cela ressemblerait-il si une telle mesure était adoptée? Qu'en pensez-vous?

M. Sean Keenan: De façon générale, je dirais que le rôle du ministère des Finances ou, du moins, de sa Direction de la politique de l'impôt est d'examiner les propositions que le gouvernement nous demande d'étudier ainsi que d'autres aspects du régime. Lorsque nous examinons les propositions visant à instaurer de nouveaux crédits d'impôt ou de nouvelles composantes, nous le faisons dans l'optique de la politique de l'impôt afin d'établir si cela va améliorer l'équité et l'efficacité du régime fiscal. En général, nos réflexions se font en fonction d'un régime fiscal à large assiette, car c'est un régime qui permet d'avoir des taux faibles et d'éviter de fausser le processus décisionnel en matière d'économie. Habituellement, c'est le meilleur régime.

Nous considérons également les enjeux administratifs. Comment se ferait la conception du crédit d'impôt? Comment la conception peut-elle le mieux servir la raison d'être du crédit proposé? Le crédit d'impôt est-il la meilleure façon de concrétiser ce que l'on cherche à réaliser? Bien souvent, les crédits d'impôt sont... Le régime fiscal agit à grande échelle. Par conséquent, si vous ciblez un domaine bien particulier en vous servant d'un instrument d'aussi grande portée que le régime fiscal, il se peut que vous appuyiez des choses auxquelles le monde des affaires a déjà pensé. Le cas échéant, vous allez procurer des gains inattendus à des acteurs économiques qui, de toute manière, auraient pris des mesures. Vous n'allez pas modifier leur comportement, puisque c'est ce qu'ils auraient fait. Il se peut donc que vos mesures fiscales ne soient pas la façon la mieux ciblée d'arriver à vos fins.

Je crois que dans le domaine de... Les journaux sont une chose que les gens connaissent. On pourrait dire que c'est quelque chose que les gens comprennent; on sait comment ils sont faits et où ils sont vendus. Je pense que si l'on considère l'aspect numérique, encore une fois, il faut s'intéresser à la conception, à la façon dont cette conception s'appliquerait et l'incidence qu'elle aurait sur... Le numérique est une chose qui se joue beaucoup de l'autre côté de la frontière, et c'est un autre type de média. C'est pourquoi il faudra que ces aspects soient des composantes importantes de n'importe quelle proposition. Comment cela va-t-il fonctionner? Qui ciblera-t-on? Comment peut-on garantir l'efficacité de la démarche? Ce sont assurément des choses que nous examinerions du point de vue du ministère des Finances, et c'est ainsi que nous évaluerions n'importe quelle proposition de politique.

M. Kevin Waugh: Oui. Avez-vous une idée de ce que ce crédit d'impôt pourrait coûter au gouvernement fédéral? Je sais que nous n'avons pas de structure, mais, de toute évidence, cela coûterait des millions de dollars.

M. Sean Keenan: Le coût dépendra assurément de la portée du crédit accordé et de l'objet de son application. En l'absence de détails précis, je ne peux pas vraiment me prononcer à ce sujet.

• (1120)

M. Kevin Waugh: D'accord.

Madame Laflèche, j'ai une question pour vous. Lors de notre réunion du 15 novembre dernier, nous avons reçu M. Jason Kee, qui travaille chez Google Canada en tant qu'avocat, Politiques publiques et relations gouvernementales. Il a dit :

À sujet de la TPS, comme M. Nantel l'a souligné, je vais vous expliquer rapidement que la situation est attribuable à la structure de la taxe elle-même. Il ne faut pas oublier que la TPS est une taxe imposée aux consommateurs.

Il ne s'agit pas d'une taxe imposée aux entreprises, mais bien aux consommateurs.

Il ajouté :

Ce sont donc les consommateurs qui la paient et non Google, le détaillant ou qui que ce soit d'autre. L'ARC a des règles. Ceux qui offrent des services de l'extérieur du pays ne sont pas tenus de s'enregistrer, puis de prélever ou de remettre la TPS.

Est-ce vrai? Les consommateurs sont-ils eux-mêmes tenus de soumettre la TPS sur le service?

Mme Danielle Laflèche: Merci de cette question.

Monsieur le président, il est vrai que ce sont les consommateurs qui paient la TPS. Lorsque le consommateur et le fournisseur sont tous les deux au Canada, il est relativement facile de comprendre que le fournisseur de publicités ou de services média doit percevoir la taxe auprès du consommateur, et que le consommateur est en quelque sorte tenu de la payer. Les choses sont différentes lorsque le fournisseur est un non-résident, que ce soit dans le domaine de la publicité, des médias, etc.

Selon la loi et selon la façon dont elle est formulée à l'heure actuelle, un non-résident est à l'extérieur du Canada et, normalement, il n'est pas tenu de percevoir la TPS. Toutefois, il y a des situations où le fournisseur doit le faire. C'est le cas lorsque le fournisseur vend quelque chose d'immatériel ou de matériel à un consommateur canadien. S'il s'agit d'un produit matériel comme des journaux, des revues, etc., la loi est très claire : le fournisseur est tenu de percevoir la TPS et d'obtenir un numéro d'inscription à cette fin. Cela signifie que le fournisseur non résident est traité de la même façon que le fournisseur d'ici. Le consommateur doit payer. Le non-résident doit percevoir la TPS et la remettre.

Là où les choses se corsent, c'est lorsqu'il s'agit de biens immatériels, comme des produits numériques. Les produits numériques ne passent pas aux douanes, alors il n'y a rien à toucher. Selon la loi, nous devons déterminer si ce non-résident — cette personne qui vend quelque chose au Canada — le fait par l'intermédiaire d'une entité commerciale ou d'un établissement commercial situé au Canada. Voici un exemple. Disons qu'un fournisseur X basé aux États-Unis fournit de la publicité à quelqu'un qui est au Canada, mais qu'en réalité, tout se fait par l'intermédiaire d'un lieu d'affaires situé au Canada, ce fournisseur doit percevoir et remettre la TPS, parce qu'il est considéré comme une entreprise menant des affaires au Canada. Il est donc traité comme n'importe qui d'autre. Un...

Le vice-président (M. Larry Maguire): Je ne veux pas vous interrompre, mais je vais vous demander de conclure.

Mme Danielle Laflèche: D'accord. Je vous demande pardon.

Un non-résident qui fournit des produits par l'intermédiaire d'un lieu d'affaires situé au Canada ou qui fait affaire au Canada est tenu de s'inscrire au registre et de percevoir la TPS auprès des consommateurs. Si ce fournisseur n'est pas reconnu comme faisant affaire au Canada, le consommateur est tenu d'autoévaluer la taxe, n'est-ce pas?

M. Kevin Waugh: D'accord. Alors, je serais...

Le vice-président (M. Larry Maguire): Nous allons devoir passer au prochain intervenant.

Mme Danielle Laflèche: Merci.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Monsieur Nantel, nous vous écoutons.

[Français]

M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD): Merci beaucoup, monsieur le président.

Madame Laflèche et monsieur Keenan, je vous remercie de votre présence, car il est très important que vous éclairiez nos lanternes.

Madame Laflèche, selon ce que je comprends, un entrepreneur qui vend des choses à partir d'autres pays et qui n'a pas pris la peine d'ouvrir une succursale au Canada est davantage favorisé, parce qu'il n'est pas obligé de facturer les taxes.

Mme Danielle Laflèche: En fait, si le non-résident n'a pas de lieu d'affaires au Canada, il peut quand même devoir facturer les taxes.

● (1125)

M. Pierre Nantel: Bien sûr, mais c'est moins automatique.

Mme Danielle Laflèche: Il y a des circonstances où il doit le faire. Si on considère qu'il a un lieu d'affaires au Canada, il est obligé de facturer les taxes.

M. Pierre Nantel: Il est rare que je fasse cela, mais puisqu'on parle des médias régionaux et de la survie de la presse écrite, je vais vous lire un article. Il s'agit d'un éditorial de Paul Journet paru ce lundi et intitulé « Commerce en ligne : le scandale qui indiffère » :

Il n'existe aucune raison de tolérer que des entreprises étrangères de commerce en ligne comme Netflix ne prélèvent pas les taxes de vente.

Dans un monde normal, ce devrait être une évidence. Ce texte paraîtrait même maladroit, comme défoncer une porte ouverte au bulldozer. Mais nous ne vivons pas dans un monde normal.

Nous patageons dans un nouvel écosystème formidable, celui de l'ère numérique. Là où l'injustice est déguisée en innovation.

Club Illico (Vidéotron), Tou.tv (Radio-Canada) et CraveTV (Bell) doivent prélever leurs taxes de vente. Netflix ne le fait pas, un avantage d'environ 85 millions de dollars. La raison : la loi est désuète. Si une entreprise numérique étrangère n'établit pas un bureau au Canada, elle n'a pas besoin d'y prélever les taxes de vente. Et ce, même si ses biens et services sont consommés ici et qu'ils sont taxables*.

Le géant étranger peut donc placer son bloc de départ en avant de la ligne. Et que dit l'arbitre ? À peu près rien. Car après tout, les consommateurs aiment le spectacle !

Si le débat a ainsi dérapé, c'est d'abord à cause du gouvernement Harper. Son discours ne s'adressait plus au citoyen, ni même au contribuable. Il visait le consommateur. Le message : on ne gâchera pas vos émissions en les taxant. Les conservateurs ont ainsi créé un tabou, la « taxe Netflix ». Lors de la dernière campagne électorale, les libéraux et les néo-démocrates ont à leur tour promis de ne pas l'imposer.

L'expression est insidieuse, car elle peut signifier deux choses différentes. La première, c'est que le géant cotise aux Fonds des médias pour financer les productions canadiennes. La seconde consiste simplement à exiger que Netflix prélève elle aussi les taxes de vente.

La participation au Fonds des médias constitue à la fois un fardeau et un avantage (si on le finance, on peut aussi être financé en retour pour payer les productions locales). Ce débat est légitime, mais pas celui sur la taxe de vente, car il n'y a rien à débattre. Rien ne justifie de se soumettre ainsi à la concurrence déloyale.

Si on l'accepte, c'est aussi à cause d'un certain discours technophile fumeux. On prétend que l'internet serait une chose qui veut être libre et gratuite. Impossible de le réglementer.

Or, la justice fiscale n'est pas une idée du XX^e siècle, condamnée à disparaître en même temps que le fax.

La résignation n'est pourtant pas le seul choix qui s'offre. L'Australie le prouve, avec sa nouvelle loi qui exigera que les entreprises numériques étrangères prélèvent les taxes de vente. L'Union européenne et le Japon ont aussi entre autres déjà agi en ce sens.

Au Canada, des voix s'élèvent enfin pour réclamer la même chose. Il y a eu le rapport Godbout sur la fiscalité québécoise, le cri du coeur de l'entrepreneur Peter Simons, et enfin cet automne la suggestion du président du Conseil de la radiodiffusion et de la télécommunication (CRTC).

La balle est dans le camp d'Ottawa et de Québec. C'est le degré zéro du combat pour la justice fiscale. Le premier pas à franchir, le plus facile à faire. Si on ne l'ose pas, comment prétendre ensuite combattre l'évitement fiscal en s'attaquant à des problèmes plus complexes, comme le transfert des profits des entreprises dans d'autres pays ou les dizaines de traités bilatéraux ?

Le prélèvement des taxes de vente n'est donc pas qu'un dossier technique. Il s'agit d'un test moral.

L'auteur ajoute ceci au bas de la page :

* L'estimation de 85 millions provient de Marwah Rizzy, professeure à l'École de gestion de l'Université de Sherbrooke. Si l'entreprise numérique étrangère n'a pas de présence significative sur le sol canadien, tels un bureau, un compte bancaire et des employés, elle n'est pas obligée de s'inscrire aux fichiers de la TPS et de la TVQ et de prélever ces taxes. Il revient donc au consommateur de remettre les taxes de vente au fisc.

C'est ce qu'évoquait monsieur ici.

Or, l'autocotisation est rarissime. Revenu Québec n'a reçu que six formulaires d'autocotisation en 2011 et cinq en 2012.

Je tenais à lire cet article.

Selon votre présentation, monsieur Keenan, on est en négociation sur le plan international depuis 2015. Où en est-on aujourd'hui et pourquoi est-ce si long?

[Traduction]

M. Sean Keenan: Comme je l'ai dit dans ma déclaration liminaire — et comme vous l'avez souligné —, certaines choses sont en marche. D'autres pays ont une vaste expérience pour ce qui est de percevoir des taxes comme la TVA ou la TPS auprès des fournisseurs étrangers qui n'ont pas pignon sur rue chez eux. Comme l'expliquait Mme Laflèche, selon le libellé actuel de la loi, il y a une obligation d'autoévaluer la taxe à payer sur l'importation de services numériques et, de façon générale, ces dispositions renvoient à l'époque où la loi a été rédigée.

● (1130)

[Français]

M. Pierre Nantel: Permettez-moi de faire un commentaire, monsieur Keenan. Tous les gens ici présents ont déjà fait affaire avec un fournisseur de services quelconque qui leur a demandé s'ils voulaient payer les taxes ou s'ils voulaient régler la facture sous la table. Tous ont eu à répondre à la question. Pourtant, tout le monde dit qu'il est illégal de ne pas payer de taxes et qu'il faut bien payer des taxes pour financer nos routes et nos systèmes de santé.

Qu'est-ce qui cloche? Pourquoi faut-il autant de temps pour qu'on puisse convenir, sur le plan international, que les fournisseurs doivent faire leur part, ne serait-ce qu'en percevant les taxes transactionnelles? On ne parle que de cela, pour le moment. Comment se fait-il que ce soit si long? Le rapport viendra, comme vous le mentionnez. Je ne vous en blâme pas; cela se passe à l'étranger. Cela dit, dans quelles fleurs de quel tapis s'enfarge-t-on?

[Traduction]

M. Sean Keenan: De toute évidence, le Parlement doit modifier la loi, et ces modifications doivent être proposées par le gouvernement. C'est une décision qu'il va falloir prendre tôt ou tard. Je dirais que le travail en cours et le travail que nous faisons avec la communauté internationale visent à comprendre ce qu'est la meilleure façon de percevoir la taxe.

Ce que nous avons entendu lors de nos consultations et des travaux avec l'OCDE, c'est que les entreprises veulent se conformer à leurs obligations fiscales. Il faut toutefois aussi tenir compte du fait qu'elles sont actives dans de nombreux pays. Dans cette optique, elles veulent s'assurer que le régime en place est aussi simple à suivre que possible. Les bons coups et les mauvais coups des autres pays nous aident à fournir les meilleurs conseils possible au gouvernement.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci, monsieur Keenan.

Nous allons devoir passer au prochain intervenant.

Monsieur Breton, vous avez la parole.

[Français]

M. Pierre Breton (Shefford, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je n'ai pas beaucoup de questions.

Dans certains pays, l'imposition d'une taxe fonctionne. Dans le texte que M. Nantel a lu, on donne l'exemple de l'Australie.

Ma question porte sur le rapport. J'aimerais que vous continuiez à en parler. Où en est-on au juste en ce qui concerne les recommandations? Quel rôle jouez-vous?

[Traduction]

M. Sean Keenan: Permettez-moi d'apporter quelques précisions.

Par exemple, tôt cette année, le gouvernement de l'Australie et le gouvernement de la Nouvelle-Zélande ont annoncé qu'ils allaient proposer certains mécanismes. Le régime néo-zélandais vient d'entrer en vigueur. Un laps de temps assez long peut s'écouler entre le moment où quelque chose est annoncé et le moment où l'on travaille aux détails de la mise en oeuvre. Il faut s'assurer que les entreprises sont inscrites de façon appropriée. Il faut aussi voir à ce que toutes les conditions relatives au nouveau régime soient en place pour assurer la bonne marche de ce dernier.

Dans le cadre du travail que nous faisons avec l'OCDE, nous sommes membres du comité du groupe de travail n^o 9. Nous participons aux délibérations et aux travaux relatifs au rapport sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas dans différents pays. Comme je l'ai dit en répondant à une autre question, au moment de nous pencher sur une proposition de politique fiscale comme celle-là, il faut nous demander comment nous allons être en mesure d'élaborer un régime qui nous permettra de mettre cette politique en oeuvre, si besoin est ou le cas échéant. Nous examinons ce qui se fait dans d'autres pays, ce qui marche et ce qui ne marche pas, et nous consultons nos collègues de l'Agence du revenu du Canada afin de nous assurer que toute règle mise en place pourra bel et bien être appliquée et que les mécanismes de perception élaborés sont réalistes et envisageables.

Il y a bien sûr des questions sur la façon de traiter les produits qui circulent d'entreprise à entreprise. Certaines règles sont prévues à cet égard. Notre régime devra-t-il se limiter aux produits qui circulent des entreprises aux consommateurs? Comment cela se traduira-t-il pour des choses comme le crédit de taxe sur les intrants? Ce sont des questions d'ordre technique qui doivent être examinées et résolues. Ces choses qui ont une incidence sur la conception font partie de nos travaux ainsi que de l'analyse et des conseils que nous allons communiquer au gouvernement.

• (1135)

[Français]

M. Pierre Breton: Aujourd'hui, nous sommes là à vous poser des questions, mais j'aimerais savoir qui, à l'origine, a demandé ce rapport du 5 octobre 2015.

[Traduction]

M. Sean Keenan: En ce qui concerne le travail que faisait l'OCDE sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéficiaires, si je me rappelle bien, il s'agissait simplement d'une proposition que les États membres de l'OCDE ont relevée et sur laquelle ils se sont mis à travailler. Puis les pays du G20 ont collaboré avec l'OCDE pour veiller à ce que le travail soit fait.

Comme je l'ai dit, il y a eu un certain nombre de rapports. Il y a eu 15 rapports sur divers aspects de cette question, et l'économie numérique n'était qu'un de ces aspects.

[Français]

M. Pierre Breton: Est-ce qu'un de mes collègues veut prendre le reste de mon temps de parole?

M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.): Oui.

Est-ce correct, monsieur le président?

[Traduction]

Le vice-président (M. Larry Maguire): Monsieur Samson, allez-y.

[Français]

M. Darrell Samson: Merci.

Si ma mémoire ne fait pas défaut, des gens de Google ont dit à ce comité qu'ils payaient des taxes au Canada. Pouvez-vous confirmer cela?

Mme Danielle Laflèche: Pour des raisons de confidentialité, je ne peux pas confirmer si Google paie ou non des taxes. De façon générale, je peux dire que si un non-résident fournit des biens ou services au Canada, selon les règles, il doit percevoir la taxe de vente et la remettre au gouvernement.

M. Darrell Samson: D'accord.

D'après vos connaissances, Google répond-elle à la description d'une entreprise qui doit payer une taxe?

Mme Danielle Laflèche: Je ne connais pas cette situation et je ne peux pas faire de commentaires. Qui plus est, je ne peux pas faire de commentaires sur un contribuable en particulier.

M. Darrell Samson: Oublions cela. Je vais poser la question différemment.

Selon l'environnement où elle évolue et son mode de fonctionnement, pourrait-on penser que cette entreprise devrait percevoir la taxe?

Mme Danielle Laflèche: Si une entreprise non résidente avait un serveur au Canada et fournissait des biens ou services au Canada, par exemple de la publicité, elle serait considérée comme étant une entreprise canadienne aux fins de la TPS. Par conséquent, elle devrait percevoir et remettre cette taxe au gouvernement.

M. Darrell Samson: Merci.

Je vais passer à une autre question.

Cela fait plusieurs mois que nous faisons cette étude. Plusieurs témoins nous ont dit que le terrain de jeu n'était pas le même. Je pense que c'est M. Lord qui a dit que les entreprises de télécommunications canadiennes devaient payer la taxe de vente alors que d'autres n'étaient pas tenues de le faire. Selon moi, c'est problématique.

Les journaux et les radios communautaires font un travail exceptionnel, mais ils sont en train de disparaître. Ils ne pourront pas survivre dans l'environnement actuel, car les conditions ne sont pas favorables.

Je sais que ce n'est pas vous qui créez les formules de taxation, mais y a-t-il quelque chose dans la boîte à outils qui pourrait aider ces entreprises qui fournissent un service exceptionnel aux communautés locales?

[Traduction]

M. Sean Keenan: Je ne crois pas avoir d'idée précise à ce sujet. Comme je le disais, du point de vue de la politique fiscale, nous cherchons à rendre le régime aussi efficace que possible afin d'assurer au gouvernement les recettes dont il a besoin pour couvrir ses dépenses. C'est à cause de cela que nous affirmons que le régime fiscal n'est pas nécessairement l'outil le mieux approprié pour promouvoir certaines activités. Cela fait partie de l'analyse qui accompagne les propositions qu'on nous présente. Beaucoup de cela a à voir avec la politique culturelle. En fin de compte, la décision porte sur la façon appropriée de soutenir la politique culturelle. Si le régime fiscal est une façon d'y arriver, ils...

M. Darrell Samson: Je comprends l'hésitation que vous pouvez avoir à répondre directement à ces questions. Permettez-moi de reformuler la mienne.

À votre connaissance, existe-t-il quelque part dans le monde quelque stratégie fiscale ou quelque crédit d'impôt qui pourrait être utilisé pour soutenir les petites radios et les petits journaux locaux? Ils sont le cœur et l'âme de l'actualité de terrain dans ce qu'elle a de plus vrai. Aidez-nous.

• (1140)

Le vice-président (M. Larry Maguire): Veuillez donner une courte réponse, autant que faire se peut.

M. Darrell Samson: Allons donc. Je n'ai aucun doute que mes collègues me laisseront un peu plus de temps. Je suis convaincu que l'on pourrait trouver du temps additionnel en faisant un tour de table.

Des voix: Oh, oh!

M. Sean Keenan: Je n'ai pas eu vent de mesures particulières que d'autres pays auraient intégrées à leur régime fiscal pour aider les médias locaux et les petits journaux de ce type. Les limites des montants déductibles pour des dépenses de publicité instaurées à l'intention des journaux canadiens sont particulières au Canada.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci, monsieur Samson. Étant donné qu'il restait encore une minute à vos collègues pour la première série de questions, je vous ai laissé environ neuf minutes.

Je reconnais toutefois que c'était une très bonne question.

M. Darrell Samson: Je savais que vous étiez une bonne personne.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci. Je le prends comme un compliment.

Nous allons passer à M. Waugh. La durée des questions sera de cinq minutes.

M. Kevin Waugh: D'accord. Je vais y aller très rapidement.

Je vais aller dans la même veine que la question de Darrell. Cette semaine, Rogers a mis à pied 87 personnes. Nous avons dit que l'analogie produisait des dollars, et le numérique, des sous. Dans cette optique des sous numériques, Rogers a annoncé 87 licenciements dans l'ensemble du pays. Que pouvons-nous faire à cet égard?

Leurs abonnements ont peut-être changé, peut-être pas, mais que ce soit par la poste ou par voie électronique, c'est le chemin qu'ils prennent tous. En fait, pour être bien honnête, il faut reconnaître que c'est plus économique de procéder par courrier électronique que de passer par Postes Canada. Nous sommes témoins de ces mises à pied massives dans l'industrie de la presse, sauf que le coût d'envoi des revues papier a disparu. Maintenant, ils n'ont qu'à cliquer sur le bouton « Envoyer » et le tour est joué. Pourrions-nous avoir cet impôt sur la masse salariale pour aider ces petites entreprises? Est-ce quelque chose que nous pourrions envisager?

Nous nous intéressons ici aux médias locaux. Rogers n'est pas une petite entreprise, il est au sommet de la pyramide alimentaire. Au bas de la pyramide, il y a les journaux modestes et les petits hebdomadaires, comme nous l'avons entendu, font des pieds et des mains pour rester ouverts.

M. Darrell Samson: Ils font un travail exceptionnel.

M. Kevin Waugh: Oui.

M. Sean Keenan: Ce n'est certainement pas à moi de dire au Comité ce qui peut être fait et ce qui ne peut pas être fait. Ce que je répéterai, c'est que lorsqu'il s'agit de se pencher sur une proposition en matière de politique fiscale, nous allons tenter de voir si la politique proposée est le moyen le plus efficace et le plus efficient d'atteindre l'objectif fixé. Faisons-nous une utilisation optimale des

recettes fiscales? Avec cette politique, le régime fiscal est-il aussi juste et équitable qu'il pourrait l'être? La politique est-elle un moyen efficace de générer des recettes?

Dans la mesure où notre intention est de réaliser certains autres objectifs — dans ce cas-ci, des objectifs culturels ou « médiatiques » —, nous devons examiner les propositions afin de déterminer si elles sont un moyen efficace d'y arriver.

M. Kevin Waugh: J'aimerais de nouveau parler de Facebook et de Google. Au pays, nous voyons Facebook Canada et Google Canada. Il s'agit de leur nom. Cela ne constitue-t-il pas une présence physique au pays lorsque ces entreprises utilisent Facebook Canada et Google Canada...? Elles sont ici. Elles doivent payer des impôts.

M. Sean Keenan: Comme Mme Laflèche l'a mentionné, pour des raisons de confidentialité, qu'une entreprise paye ou non des impôts, cela ne regarde que cette entreprise et l'ARC. Par contre, lorsque nous voyons la taille du commerce au détail en ligne et que nous pensons à la quantité d'argent qui circule, c'est difficile à évaluer, parce qu'un grand nombre de ces transactions se font entre des entreprises. Des entreprises se procurent des biens en ligne et reçoivent un crédit de taxe sur les intrants pour cet achat. Aucune recette ne serait perçue.

Bon nombre d'entreprises étrangères sont inscrites à un compte de TPS et de TVH, parce qu'elles ont des activités au Canada. Elles ont des activités en ligne et des activités qui ont pignon sur rue. Il nous est très difficile d'éplucher l'ensemble des données et de calculer le montant total qui pourrait être perçu par l'application en raison des circonstances, soit si une entreprise est inscrite ou non. Elle l'est peut-être. Elle peut posséder certains biens qu'elle vend; dans un tel cas, elle doit... ou elle peut agir à titre d'intermédiaire pour un autre. L'industrie est en constante évolution. Nous avons discuté avec des gens qui nous ont dit percevoir les taxes sur certains biens, mais pas sur d'autres. Il est très difficile de l'évaluer.

• (1145)

M. Kevin Waugh: Voici un exemple. Si je suis abonné à Netflix, je dois payer au moyen d'une carte de crédit. Ces entreprises pourraient-elles additionner le montant des taxes et le remettre? Si c'est payé par prélèvement automatique, la banque pourrait additionner le montant des taxes et le remettre. Les banques et les sociétés émettrices de cartes de crédit profitent de ces transactions. Bref, pouvons-nous les obliger à le faire?

M. Sean Keenan: Je dirais que d'autres pays obligent un vendeur étranger à percevoir et à remettre la taxe de vente — la taxe sur la valeur ajoutée dans de tels cas — relativement aux produits vendus à des habitants de ces pays. Il y a eu des discussions et des travaux pour évaluer si c'était possible d'utiliser les institutions financières pour percevoir des taxes.

Je mentionne qu'il s'agit d'un modèle de perception de taxes qui est différent de ce que nous avons actuellement. Dans notre modèle actuel, c'est le vendeur qui en est ultimement responsable, et l'institution financière qui fournit des services intermédiaires fait quelque chose d'autre, ne connaît peut-être pas tous les renseignements et ne sait peut-être pas si c'est un bien taxable ou non. En gros, l'institution reçoit un montant. Disons par exemple qu'elle reçoit 100 \$. Qu'est-ce que représente ce montant? Y a-t-il 50 \$ qui est taxable et 50 \$ qui est non taxable? Il y a tout simplement des éléments complexes qui...

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci, monsieur Keenan.

M. Sean Keenan: Au final, le détaillant le sait peut-être davantage. Je crois que nous sommes encore loin de pouvoir demander aux institutions financières de...

M. Kevin Waugh: D'accord. Je tenais simplement à le mentionner.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci, monsieur Keenan.

Passons maintenant à M. Samson.

M. Darrell Samson: Je n'ai pas vraiment d'autres questions, mais j'aimerais faire un commentaire. Je voulais confirmer que M. Waugh et moi-même payons des impôts au Canada.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Un autre député libéral aimerait-il poser des questions?

M. Darrell Samson: Nous ne savons pas si Google Canada en paye, mais nous en payons.

Des voix: Oh, oh!

Le vice-président (M. Larry Maguire): Allez-y, monsieur Nantel.

[Français]

M. Pierre Nantel: Ce sont des questions qui touchent à la confidentialité. Je comprends votre prudence, mais c'est sûr que tout le monde se gratte la tête en se demandant comment tout cela fonctionne. Le public sera heureux de savoir qu'on ne reste pas les bras croisés devant des situations qui peuvent sembler injustes au commun des mortels.

Nous avons aussi entendu à ce comité des gens dire que les achats publicitaires sur ces plateformes demeuraient des dépenses pour lesquelles on pouvait bénéficier de la déduction pour publicité.

Les entreprises qui offrent de la publicité au Canada déplorent le fait que ces entreprises internationales aient plusieurs avantages. Premièrement, elles ne perçoivent pas de taxes. Elles n'ont pas non plus de frais généraux, puisqu'elles travaillent à l'extérieur du pays, qu'elles n'ont pas d'employés et qu'elles n'ont pas pignon sur rue. De plus, elles n'ont pas à fournir de soutien aux communautés ou à commanditer une équipe de soccer, par exemple. C'est une série de frais qu'une entreprise citoyenne se trouve à payer.

Qui plus est, la publicité qu'on achète à ces entreprises internationales est autant admissible à une déduction que celle qu'on achète à un journal communautaire.

Serait-il possible d'exclure de la déduction la publicité qui ne serait pas achetée à des fournisseurs publicitaires traditionnels? Ici, le mot « traditionnels » n'est peut-être pas approprié. Je parle à tout le moins des entreprises qui ont pignon sur rue ici et qui ont des employés.

• (1150)

[Traduction]

M. Sean Keenan: Comme je l'ai mentionné, il y a des règles en place depuis assez longtemps en ce qui concerne la capacité des entreprises... Règle générale, des entreprises peuvent déduire les dépenses qu'elles engagent pour gagner un revenu. C'est la règle générale, mais cela ne s'applique pas dans tous les cas. Il y a certainement des circonstances spéciales, mais c'est le principe général. Des entreprises engagent des dépenses, et elles peuvent les déduire. Si ces dépenses sont dûment engagées pour gagner un revenu, les entreprises peuvent déduire ces dépenses de leurs profits aux fins de l'impôt.

M. Pierre Nantel: Oui.

M. Sean Keenan: Dans le cas des journaux, en ce qui concerne la publicité dans un journal, une entreprise peut seulement déduire entièrement les dépenses de publicité qui ont été engagées dans des journaux qui appartiennent à des intérêts canadiens. Il y a aussi d'autres règles relativement aux magazines et aux médias électroniques. Ces règles visent à promouvoir certains objectifs culturels et ont été mises en place à une époque où il s'agissait des principales sources d'information des Canadiens.

Évidemment, le monde change. À l'instar de la TPS, nous avons certaines règles qui s'appliquaient en fonction de la façon dont achetaient des biens les Canadiens et les entreprises. Nous avons de nouveaux défis. C'est donc... Il faudra peut-être...

M. Pierre Nantel: Une telle adaptation est-elle possible?

M. Sean Keenan: Eh bien, cela nous amène à nous poser une question. Ces règles concernant les journaux et les magazines se veulent davantage une politique culturelle, mais le régime fiscal en fait la promotion. J'imagine qu'il faut demander au gouvernement et au comité qui l'étudie si la promotion de cette politique culturelle devrait se faire par l'entremise du régime fiscal...

M. Pierre Nantel: Vous avez sous-entendu que nous, les parlementaires, pouvions réclamer ce changement. Afin de préciser le tout, pouvons-nous résumer la situation en disant que pour l'instant en 2016 à l'approche de Noël un propriétaire de quincaillerie peut acheter de la publicité dans un journal local, déduire une partie de ses dépenses de publicité et faire la même chose sur Facebook et que c'est aussi admissible? Est-ce juste?

M. Sean Keenan: C'est ce que j'en comprends. Il n'y a aucune restriction relativement aux dépenses de publicité qui peuvent être déduites...

M. Pierre Nantel: Voici ma question. Dans le cadre de notre travail, nous pouvons signifier que nous sommes favorables à ce qu'il y ait une certaine discrimination concernant les dépenses de publicité admissibles. Est-ce bien ce que vous nous dites?

M. Sean Keenan: Oui.

M. Pierre Nantel: D'accord.

J'ai une autre question toute simple. J'ai remarqué qu'il n'y a aucune taxe lorsque j'achète de la musique sur iTunes. Lorsque j'achète un abonnement mensuel sur iTunes Music, il n'y a aucune taxe. Cependant, si j'achète une application, il y a des taxes. Savez-vous pourquoi c'est ainsi? C'est le même fournisseur, mais ce n'est évidemment pas le cas. C'est semblable, et c'est présenté comme la même chose. Pourquoi est-ce ainsi?

Le vice-président (M. Larry Maguire): Nous avons le temps. Vous pouvez répondre à la question.

M. Sean Keenan: Je vous répondrais ce que je disais par rapport à la précédente question. Lorsque nous examinons la façon de déterminer les recettes perdues et de les estimer, il y a des cas où l'expérience d'une personne qui achète des biens en ligne... Si je voulais acheter quelque chose et qu'il y avait un magasin où je pouvais l'acheter, mais que je l'ai fait en ligne, cette entreprise peut être inscrite, et je dois payer des taxes sur ces achats en ligne.

Selon ce que nous en comprenons, certains fournisseurs d'applications les achètent de particuliers. Le fournisseur peut agir à titre d'intermédiaire pour l'entreprise. Si l'entreprise est inscrite, le fournisseur doit percevoir les taxes, même s'il n'est peut-être pas inscrit. Si la situation est différente, si cela lui appartient...

• (1155)

M. Pierre Nantel: Donc, c'est...

M. Sean Keenan: C'est en quelque sorte une...

M. Pierre Nantel: Par exemple, cette application pourrait avoir été créée par une entreprise canadienne, et le fournisseur doit donc percevoir des taxes. L'autre application a été créée par une entreprise coréenne, et Apple iTunes, qui est l'intermédiaire, ne perçoit pas de taxes, étant donné que l'entreprise coréenne n'a pas à en payer. Ai-je bien compris le concept?

M. Sean Keenan: Tout dépend en grande partie des circonstances, et il faut voir si le fournisseur est inscrit aux fins de la TPS. Je pourrais faire des hypothèses...

Le vice-président (M. Larry Maguire): Je vais devoir...

M. Sean Keenan: ... mais je ne parlerais pas en toute connaissance de cause.

M. Pierre Nantel: Merci, monsieur le président.

Le vice-président (M. Larry Maguire): J'aimerais vérifier si d'autres collègues aimeraient poser des questions.

M. Pierre Nantel: J'aimerais seulement terminer mon intervention.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Si vous avez une question, allez-y.

M. Pierre Nantel: J'aimerais seulement faire valoir un dernier point.

Par exemple, est-ce possible qu'avec iTunes ou Apple Store...? Je m'excuse. Je ne suis pas certain, mais je crois que c'est iTunes. La

boutique d'applications a un bureau au Canada, mais ce n'est pas le cas d'iTunes. Cela pourrait-il expliquer cette situation?

[*Français*]

Mme Danielle Laffèche: Cela pourrait certainement être un facteur. Comme mon collègue l'a mentionné, cela dépend d'où vient l'application et de la personne qui la vend. La vend-il pour son propre compte ou pour celui d'un non-résident? Le résultat dépend de la façon dont c'est structuré. C'est pour cette raison que c'est plus difficile.

[*Traduction*]

M. Pierre Nantel: Des Terre-Neuviens ingénieux créent une excellente application et sont pénalisés, tandis que le Sud-Coréen ne l'est pas. Nous devons y remédier. C'est terrible.

Merci.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci beaucoup, chers collègues.

Étant donné qu'un autre comité siégera dans cette pièce après nous, s'il n'y a pas d'autres questions — je fais le tour, et je ne vois personne se manifester —, dans un tel cas...

L'hon. Peter Van Loan (York—Simcoe, PCC): Je propose de lever la séance, monsieur le président.

Le vice-président (M. Larry Maguire): Merci, monsieur Van Loan.

La séance est levée.

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>