



KAMLOOPS CHAMBER OF COMMERCE  
*We're your business!*

Chambre de commerce de Kamloops

*Nous sommes votre affaire!*

12 août 2011

Le greffier du Comité permanent des finances  
131, rue Queen, sixième étage  
Chambre des communes  
Ottawa (ON) K1A 0A6

## **OBJET : CONSULTATIONS PRÉBUDGÉTAIRES**

---

La Chambre de commerce de Kamloops représente plus de 800 entreprises, grandes et petites, dans la région de Kamloops. Dans le cadre de notre programme de défense des intérêts, nous demandons la participation de nos membres au cours de tables rondes et nous organisons des séances avec nos membres en vue d'élaborer des politiques sur la défense des intérêts basées sur les préoccupations mêmes de ceux-ci.

Voici un résumé de trois points qui préoccupent nos membres en 2011. Pour des renseignements plus détaillés, veuillez consulter [www.kamloopschamber.ca/2011policies](http://www.kamloopschamber.ca/2011policies) .

### **LA FIDUCIE SUCCESSORALE IMMOBILISÉE – UNE RÉPONSE À LA FUTURE CRISE DES PENSIONS**

La Chambre de commerce reconnaît la gravité de la question de la réforme des pensions au Canada et, à son assemblée générale annuelle de 2010, elle a adopté une politique intitulée « Reconnaissance des principes de base de la réforme des pensions ». Une crise des pensions est imminente au Canada. Le gouvernement fédéral sera incapable de financer les prestations de retraite des retraités de la génération du baby-boom et à plus forte raison celles des prochaines générations. Une fiducie successorale immobilisée (FSI) est une solution parmi de nombreuses autres, car les particuliers pourraient la financer avec l'argent détenu en fiducie au profit des bénéficiaires désignés dans celle-ci.



KAMLOOPS CHAMBER OF COMMERCE

*We're your business!*

## **Contexte**

Les ministres des Finances fédéral et provinciaux cherchent des solutions pour protéger les Canadiens âgés du manque de revenus durant leur retraite, mais peu de solutions se pointent à l'horizon. En même temps, de nombreux Canadiens ont accumulé beaucoup d'argent grâce à leur travail acharné et à des profits extraordinaires dans le marché de l'habitation, mais ironiquement ils ont peu de liquidités à ajouter à leurs prestations de retraite.

On estime à 1 billion de dollars le montant qui passera à la prochaine génération de Canadiens par le truchement de transferts successoraux. Fortement conscients de la valeur de leur succession, de nombreux Canadiens âgés se demandent s'il est sage de transmettre en héritage à leurs enfants et petits-enfants des sommes aussi importantes.

Un nouvel instrument financier pourrait fournir aux aînés un revenu provenant de leurs biens immobiliers et, en même temps, leur permettre d'utiliser la fortune familiale pour assurer que leurs enfants et petits-enfants reçoivent un revenu de pension privé lorsqu'ils prendront leur retraite. Cet instrument pourrait ressembler à la fiducie de rentes avec droit réversible à une oeuvre de bienfaisance fréquemment utilisée et promue aux États-Unis.

Une FSI fournirait une solution créative à notre contexte démographique particulier dans lequel la taille de la population retraitée dépassera bientôt celle de la population active. Elle pourrait éventuellement éliminer les problèmes bien documentés et anticipés concernant la capacité du gouvernement de verser les prestations de Sécurité de la vieillesse et le Supplément de revenu garanti aux aînés lorsque le groupe des enfants de l'après-guerre quittera le marché du travail. De plus, la FSI est un moyen de placement qui assurerait l'indépendance financière des prochaines générations de Canadiens.

## **Recommandation**

Que le gouvernement fédéral travaille avec le gouvernement provincial pour

1. présenter une modification à la *Loi de l'impôt sur le revenu* pour créer la « fiducie successorale immobilisée » comme mesure visant à régler le problème de la réforme du régime de pension du Canada et à mettre en place un mécanisme permettant aux entreprises et aux Canadiens d'offrir un avenir financier plus stable aux prochaines générations; et

2. modifier les lois et les règlements provinciaux pertinents pour permettre la création d'une FSI.



## MARKETING DU CANADA EN TANT QUE DESTINATION INTERNATIONALE (2011)

Le marketing du Canada en tant que destination internationale pour les voyages et le tourisme contribue fortement à maximiser les avantages économiques pour les provinces, mais il y a une tendance à la baisse du niveau de financement de base de l'agence nationale de marketing touristique, la Commission canadienne du tourisme (CCT). Cette tendance doit être renversée pour que le Canada puisse livrer concurrence sur le marché international et, par extension, accroître les visites aux provinces.

### Contexte

Le marché touristique mondial continue d'augmenter et l'Organisation mondiale du tourisme prévoit qu'il atteindra 1,6 milliard d'arrivées de touristes internationaux d'ici 2020<sup>1</sup>. De nombreuses compétences se disputent une part du marché car le secteur « offre un énorme potentiel de croissance et de développement économique<sup>2</sup> ».

En 2009, les recettes touristiques totales du Canada s'élevaient à 69,5 milliards de dollars. De ce chiffre, 80 % (ou 55,4 milliards de dollars) provenaient de la demande touristique intérieure et 20 % (14,1 milliards de dollars) des recettes touristiques d'exportation<sup>3</sup>. Au cours des dix dernières années, la contribution des voyageurs internationaux aux recettes touristiques totales du Canada a diminué de 35 % en 2000 à 20 % en 2010. Les recettes générées par les voyageurs internationaux représentent de nouveaux dollars pour l'économie canadienne et elles restent un point saillant de nos stratégies de marketing nationales. Selon les recherches de la Commission canadienne du tourisme, les voyageurs internes dépensent en moyenne 91 \$ par jour, tandis que les voyageurs internationaux dépensent 129 \$ par jour en moyenne<sup>4</sup>. La dépendance à l'égard du marché intérieur est préoccupante, car le potentiel de croissance de ce dernier est limité étant donné la population relativement petite du Canada.

Pour accaparer une part importante du marché touristique, le Canada doit pouvoir concurrencer les

---

<sup>1</sup> Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies – Tourism 2020 Vision

<sup>2</sup> Forum économique mondial, The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009; Managing in a Time of Turbulence, [https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09\\_FullReport.pdf](https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf)

<sup>3</sup> Commission canadienne du tourisme, Rapport annuel de 2009.

<sup>4</sup> Statistique Canada, Enquête sur les voyages des résidents du Canada (2009) et Enquête sur les voyages internationaux (EVI).

autres destinations. Entre 2002 et 2009, les arrivées de touristes internationaux au Canada ont diminué de 20,1 millions à 15,8 millions, une baisse de 21,5 %<sup>5</sup>. En 2002, le Canada se classait 7<sup>e</sup> au monde pour les arrivées internationales, mais en 2009 il se classait 15<sup>e</sup> derrière de nouveaux concurrents comme la Malaisie, la Turquie, l'Ukraine et la Russie. Le marché touristique mondial est de plus en plus concurrentiel.



## Conclusion

- Le Canada fait face à une concurrence croissante de la part des marchés touristiques actuels et établis et de nouveaux arrivants exotiques sur le marché.
- La part du marché international du Canada a diminué ces dernières années en grande partie par suite de la concurrence de nouveaux arrivants.
- La CCT, organisme national de marketing touristique du Canada, obtient d'excellents résultats en contrepartie des dollars investis.
- L'industrie touristique requiert une CCT mieux nantie.

## Recommandation

Que le gouvernement fédéral augmente l'investissement octroyé aux programmes de marketing touristique de la Commission canadienne du tourisme en accroissant son budget de services votés à 100 millions de dollars annuellement au minimum.

## INDEXATION DE LA TPS/TVH POUR HABITATIONS NEUVES (2011)

Plusieurs organismes, y compris l'Association canadienne des constructeurs d'habitations, ont déclaré que le non-ajustement du remboursement de TPS/TVH pour habitations neuves préoccupait vivement les constructeurs d'habitations et les entreprises connexes au Canada. Il mine également l'abordabilité des habitations au pays.

Lorsque la TPS a été mise en oeuvre en 1991, le seuil de remboursement de TPS pour habitations neuves a été établi à 350 000 \$ pour un remboursement total de 36 % de la TPS. Le remboursement diminue proportionnellement pour les habitations neuves dont le prix s'élève entre 350 000 \$ et 450 000 \$. Il n'y a aucun remboursement pour les maisons de plus de 450 000 \$. Le gouvernement fédéral s'est engagé à réviser les seuils tous les deux ans pour tenir compte des augmentations probables des prix des maisons.

---

<sup>5</sup> Enquête sur les voyages internationaux de Statistique Canada, décembre 2009.

Depuis lors, l'Indice des prix des logements neufs de Statistique Canada entre 1991 et 2010 et, dans certains marchés, les prix ont augmenté seuils de remboursement n'ont pas changé.



À l'origine, le gouvernement voulait que 90 % des acheteurs d'habitations neuves reçoivent le remboursement total de TPS et que 5 % d'acheteurs additionnels reçoivent un remboursement partiel. Cependant, selon les chiffres de l'Association canadienne des constructeurs d'habitations, en moyenne 43 % seulement des acheteurs d'habitations neuves ont acheté des maisons à un prix qui les rend admissibles au remboursement total de TPS.

Les conditions du marché éperonnent la vente de maisons neuves et usagées, mais la vente de maisons neuves en bas d'échelle vise principalement les nouveaux acheteurs de maisons ayant très peu d'équité dont la décision d'acheter est fortement influencée par le remboursement de TPS. Une hausse des seuils pourrait ajouter jusqu'à 3 500 \$ au pouvoir d'achat d'un acheteur de maison neuve. Cet ajout au pouvoir d'achat se reflète dans le milieu des affaires par les anneaux concentriques de constructeurs d'habitations, de sous-entrepreneurs, de fournisseurs et de grossistes qui profiteraient tous de l'ajout d'acheteurs dans le marché de la construction de maisons neuves.

La non-indexation du remboursement pour habitations neuves est exacerbée par l'entrée en vigueur de la TVH dans cinq provinces où l'omission du gouvernement fédéral a mené à un calcul sur deux fronts des remboursements appliqués au seuil fédéral (en relation à la portion de la TVH qui représente la TPS) et à un seuil différent reflétant la portion de la TVH qui représente la taxe de vente provinciale.

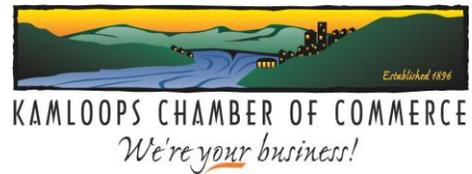
### **Examen du remboursement**

À Vancouver, où le prix moyen d'une maison unifamiliale atteint 760 000 \$, moins d'un pour cent des acheteurs de maisons neuves étaient admissibles au remboursement de TPS pour habitations neuves en 2009. Par contraste, en 1991, 75 % des acheteurs de maisons neuves à Vancouver étaient admissibles.

Si les seuils de remboursement avaient été ajustés pour refléter la hausse de 54,78 % du prix des maisons jusqu'à la fin de 2010, les seuils inférieur et supérieur seraient passés en 2011 à 545 000 \$ et à 700 000 \$.

La contribution économique au marché de la construction de maisons neuves a été gravement minée par la non-indexation des seuils.

LA CHAMBRE RECOMMANDE  
que le gouvernement fédéral



1. respecte un engagement en suspens, dans le prochain budget, et ajuste les seuils de remboursement de TPS/TVH pour qu'ils reflètent les augmentations des prix des maisons neuves et, pour ce, prévoit un ajustement aux deux ans correspondant à l'Indice des prix des logements neufs de Statistique Canada;
2. agissant en consultation avec les provinces participant à la TVH, crée un nouveau remboursement de TVH pour habitations neuves administré par le service responsable de la TVH et prévoit un remboursement unique fondé sur les seuils indexés comprenant le volet TPS de la TVH et le volet de la taxe provinciale de la TVH.

Présenté par :

Peter Aylen

Président et responsable des politiques

a/s Chambre de commerce de Kamloops

250.374.6080

[deb@kamloopschamber.ca](mailto:deb@kamloopschamber.ca)

c.c. : Cathy McLeod, députée