

La taxe sur les services numériques proposée a une portée assez grande et visera l'ensemble de l'économie numérique. Elle touchera diverses organisations qui utilisent les plateformes numériques pour annoncer et vendre des produits et des services, entre autres. Elle s'appliquera aux revenus provenant des publicités en ligne ciblées et de l'offre d'un espace numérique pour ces publicités. Les médias dont les revenus tirés de ces activités atteindront le seuil fixé seront assujettis à la taxe.

La taxe proposée a de nombreuses conséquences involontaires qui se feront sentir dans l'ensemble de l'économie canadienne, notamment les médias. Cette taxe unilatérale et discriminatoire (qui s'appliquera rétroactivement jusqu'en 2022) s'ajoutera à l'important impôt sur le revenu et aux droits réglementaires que ces entreprises paient déjà et elle constituera un obstacle de plus pour les entreprises canadiennes qui cherchent à rivaliser avec leurs concurrents à l'échelle internationale dans un contexte économique mondial incertain. Elle nuira également aux investissements dans le marché canadien et fera obstacle aux nouveaux modèles d'affaires et technologies novateurs, notamment dans la production de nouvelles locales et d'émissions canadiennes. Le Canada a une croissance au ralenti et n'a pas besoin de taxes supplémentaires qui contribueront encore plus à la diminution de la rentabilité et de la compétitivité.

Essentiellement, si elle entre en vigueur, la taxe sur les services numériques aura une incidence sur le caractère abordable de divers services numériques et augmentera les coûts pour les entreprises et les Canadiens à un moment où ils font face à des difficultés économiques. Cette nouvelle taxe ne touchera pas seulement les grandes multinationales. Elle aura des répercussions sur l'ensemble de l'économie canadienne, notamment sur les médias locaux, les petits magasins et restaurants familiaux, les petites entreprises, les entreprises touristiques en milieu rural ou encore les artisans indépendants (surtout des femmes) qui ont une jeune entreprise complémentaire pour aider à payer les factures, sans compter les nombreux Canadiens qui aiment commander un plat à emporter à la fin d'une longue semaine de travail ou s'offrir des vacances près de chez eux.

Des administrations successives à Washington ont indiqué qu'une taxe sur les services numériques pourrait entraîner des mesures de rétorsion commerciales dommageables, peut-être contre des secteurs importants de l'économie canadienne. Des entreprises dans de nombreux secteurs qui ne sont pas liés aux services numériques nous disent craindre que leurs produits ne soient touchés par ces mesures de rétorsion. En fait, cette taxe aura des incidences disproportionnées sur les entreprises ayant de faibles marges de profit (p. ex. le secteur des voyages en ligne et les médias canadiens), d'où un fardeau fiscal excessif, car, contrairement à l'impôt sur le revenu des sociétés, elle sera prélevée sur les profits. Par conséquent, la Chambre de commerce du Canada demande donc à tout le moins d'annuler l'application rétroactive et punitive de la taxe sur les services numériques et de créer une règle d'exonération pour les entreprises ayant de faibles marges de profit, de façon semblable au Montant un du Pilier A de l'Organisation de coopération et de développement économiques, qui contient une disposition de ce genre.

### **Matthew Holmes**

**Premier vice-président, Politiques et relations gouvernementales | Senior Vice President, Policy and Government Relations**

Chambre de commerce du Canada | Canadian Chamber of Commerce

1700-275, rue Slater, Ottawa (Ontario) K1P 5H9

**Tél. : 613-238-4000 (2235) · Cell. : 613-219-1389 · Téléc. : 613-238-7643**

[Twitter](#) · [Facebook](#) · [Instagram](#) · [LinkedIn](#)

**[Chamber.ca](http://Chamber.ca)**

