

Ottawa, le mardi 11 août 1992

Appel n° AP-91-114

EU ÉGARD À un appel entendu le 3 juin 1992 en vertu de l'article 81.19 de la *Loi sur la taxe d'accise*, L.R.C. (1985), ch. E-15, dans sa version modifiée;

ET EU ÉGARD À des décisions rendues par le ministre du Revenu national, le 26 octobre 1990, au sujet d'un avis d'opposition signifié en vertu de l'article 81.17 de la *Loi sur la taxe d'accise*.

ENTRE

THE CORPORATION OF THE CITY OF HAMILTON

Appelant

ET

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

DÉCISION DU TRIBUNAL

L'appel est admis en partie.

Desmond Hallissey

Desmond Hallissey
Membre président

Charles A. Gracey

Charles A. Gracey
Membre

Robert C. Coates, c.r.

Robert C. Coates, c.r.
Membre

Robert J. Martin

Robert J. Martin
Secrétaire

RÉSUMÉ OFFICIEUX

Appel n° AP-91-114

THE CORPORATION OF THE CITY OF HAMILTON

Appelant

et

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

L'appelant, une corporation municipale, est propriétaire du Copps Coliseum et de Hamilton Place et exploite ces installations par l'entremise de Hamilton Entertainment and Convention Facilities Inc. La question en litige dans le présent appel consiste à déterminer si les divers feuillets et les diverses brochures, soit les calendriers des événements, les programmes internes ainsi que les affiches murales en carton, sont des imprimés distribués gratuitement au grand public en vue de la promotion du tourisme; dans lequel cas ils donneraient droit à un remboursement de la taxe de vente conformément à l'article 68.29 de la Loi sur la taxe d'accise.

DÉCISION : *L'appel est admis en partie. Le Tribunal reconnaît que les installations du Copps Coliseum et de Hamilton Place sont utilisées pour des activités axées sur la promotion du tourisme ainsi que pour des activités communautaires; il estime donc que les matières en litige, conçues pour des activités non purement communautaires tenues à ces endroits, ont été utilisées pour promouvoir le tourisme conformément à l'article 68.29 de la Loi sur la taxe d'accise. Le Tribunal est également convaincu que les matières de promotion envoyées à de nombreux organismes à vocation touristique ont également été distribuées au grand public gratuitement. Le Tribunal estime finalement que le sous-alinéa 3b)(vii) de la partie III de l'annexe III de la Loi sur la taxe d'accise n'exclut pas les remboursements de la taxe de vente sur certains des imprimés en cause, notamment les calendriers. Les marchandises énumérées à l'annexe III sont en fait exemptées de la taxe de vente conformément à l'article 51 de la Loi sur la taxe d'accise. Selon le dernier paragraphe de l'article 3 de la partie III de l'annexe III, les calendriers sont généralement exclus de l'exemption, et la taxe de vente doit donc être payée sur ces marchandises. Toutefois, aucune disposition n'empêche le remboursement de la taxe de vente sur les calendriers qui sont des imprimés utilisés pour promouvoir le tourisme, s'ils entrent dans le cadre de l'article 68.29 de la Loi sur la taxe d'accise.*

Lieu de l'audience : Ottawa (Ontario)

Date de l'audience : Le 3 juin 1992

Date de la décision : Le 11 août 1992

Membres du Tribunal : Desmond Hallissey, membre président
Charles A. Gracey, membre
Robert C. Coates, c.r., membre

Avocat pour le Tribunal : Gilles B. Legault

Greffier : Janet Rumball

Ont comparu : Clark V. Craig, pour l'appelant
Geoffrey S. Lester, pour l'intimé

Appel n° AP-91-114

THE CORPORATION OF THE CITY OF HAMILTON

Appelant

et

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

TRIBUNAL : DESMOND HALLISSEY, membre président
CHARLES A. GRACEY, membre
ROBERT C. COATES, c.r., membre

MOTIFS DE LA DÉCISION

Le présent appel est interjeté en vertu de l'article 81.19 de la *Loi sur la taxe d'accise*¹ (la Loi) à la suite d'une décision rendue par le ministre du Revenu national.

L'appelant, une corporation municipale, est propriétaire de Copps Coliseum et de Hamilton Place et exploite ces installations par l'entremise de Hamilton Entertainment and Convention Facilities Inc. Hamilton Place sert principalement de théâtre où se tiennent divers événements artistiques, tandis que le Copps Coliseum sert principalement pour le hockey sur glace et pour divers types de foires commerciales. À l'occasion, on y tient d'autres événements comme des concerts rock. Ces deux établissements, le Copps Coliseum et Hamilton Place, ont été construits pour attirer les gens d'une importante périphérie à l'extérieur de la ville. À cette fin, des affiches et des dépliants annonçant les prochains événements sont envoyés aux abonnés, aux hôtels, aux chambres de commerce, aux bibliothèques et aux restaurants, et sont distribués par l'entremise du centre régional du tourisme et du développement.

En vertu de l'article 68.29 de la Loi, l'appelant a soumis quatre demandes de remboursement de la taxe de vente ayant trait à l'achat des imprimés susmentionnés, ce qui représente un total de 45 981,21 \$. Ses demandes ayant été refusées, il interjette appel auprès du Tribunal.

À l'audience, l'appelant n'a plus contesté la décision de l'intimé concernant certaines matières pour lesquelles il voulait se faire rembourser la taxe de vente. L'avocat de l'appelant a également admis que la demande de remboursement pour la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 1986 est frappée de prescription. Le présent appel vise à déterminer si les divers dépliants et les diverses brochures, soit les calendriers des événements, les programmes internes ainsi que les affiches murales en carton, sont des imprimés distribués gratuitement au grand public en vue de la promotion du tourisme; dans lequel cas, l'appelant aurait droit à un remboursement de la taxe de vente en vertu de l'article 68.29 de la Loi.

L'avocat de l'appelant a prétendu que les marchandises en question visent principalement à attirer des gens et des organismes à Hamilton, ce qui correspond au sens de promotion du tourisme prévu dans la loi. L'avocat a invoqué la décision du Tribunal dans la cause de

1. L.R.C. (1985), ch. E-15, dans sa version modifiée.

*La municipalité régionale de comté de Bécancour c. Le ministre du Revenu national*². Selon cette décision, l'avocat a soutenu qu'une personne peut être dans sa propre municipalité régionale et satisfaire à la définition du terme «touriste». L'avocat a également invoqué les arguments soulevés par l'intimé dans cet appel, c'est-à-dire qu'un document touristique contient des photographies et est conçu pour être distribué aux kiosques d'information touristique à l'extérieur de la région. Il a prétendu que les matières en litige satisfont à ces conditions. L'avocat a ajouté que les matières pour lesquelles un remboursement est réclamé sont distribuées non seulement dans la région de Hamilton, mais également à des organismes comme les hôtels, les associations d'automobilistes, les chambres de commerce et les agences touristiques énumérés dans la pièce A-1. Pour ce qui est des affiches en carton, l'avocat a soutenu qu'elles sont destinées au grand public au sens de l'article 68.29 de la Loi puisque le public peut les voir et parce que la disposition n'exige pas que les imprimés soient distribués au grand public.

L'avocat de l'intimé a soutenu que les marchandises en cause ne sont pas conçues pour promouvoir le tourisme. Il a avancé que le tourisme englobe les voyages culturels ou les voyages d'agrément à l'extérieur du lieu de résidence habituel, les visites de plusieurs endroits pour apprécier les objets intéressants, les paysages ou autres choses, conformément à la définition du terme «*tourist*» (touriste) dans *The Shorter Oxford English Dictionary*³, terme qui a été accepté, selon lui, dans la décision de la Cour d'appel de l'Ontario concernant l'affaire *Re Lord's Day Alliance of Canada v. Regional Municipality of Peel et al.*⁴. L'avocat a soutenu, de plus, que les matières en cause ne sont pas expressément destinées aux gens de l'extérieur de la ville. De plus, le tourisme suppose la notion de visite de plusieurs endroits. En gros, les affiches et les autres matières font la promotion d'activités et d'événements spéciaux dans des endroits en particulier plutôt que d'informer le public comme le ferait habituellement la documentation touristique. Les matières sont essentiellement de la publicité commerciale conçue pour promouvoir l'entreprise commerciale de l'appelant à Hamilton Place et au Copps Coliseum exclusivement, et ce, à son propre avantage. De plus, les matières en question ne sont pas toutes destinées au grand public; les programmes internes du théâtre ne sont distribués qu'à un nombre limité d'abonnés du théâtre et les affiches en carton ne sont pas habituellement distribuées au grand public. À cet égard, l'avocat a insisté sur la version française de l'article 68.29 de la Loi qui exige que les documents imprimés soient «*distribués gratuitement au grand public*». L'avocat a prétendu que l'utilisation du terme «*distribués*» dans la version française signifie qu'une personne doit, en fait, pouvoir conserver l'imprimé; selon lui, cela n'est pas le cas en ce qui concerne les affiches fixées au mur. L'exigence selon laquelle l'imprimé doit être distribué gratuitement confirme aussi cette interprétation. D'autre part, l'avocat a affirmé qu'une partie des matières en question sont des calendriers d'événements et constituent donc des calendriers ou des imprimés semblables, expressément exclus de la disposition d'exemption prévue au sous-alinéa 3b)(vii) de la partie III de l'annexe III de la Loi.

Le Tribunal est d'avis que le sens du mot «tourisme», à l'article 68.29 de la Loi, n'est pas aussi restreint que le prétend l'avocat de l'intimé. Au contraire, on doit donner à l'article 68.29 une formulation et une interprétation souples et libérales afin que ses objectifs soient atteints, en vertu de l'article 12 de la *Loi d'interprétation*⁵. L'objectif sous-jacent de l'article 68.29 est clairement d'alléger le fardeau fiscal des entités publiques et commerciales qui font la promotion du tourisme et, dans une certaine mesure, d'appuyer l'industrie touristique. Le Tribunal estime que l'acceptation de l'argument de l'intimé aboutirait finalement à adopter le jugement de l'intimé

2. Tribunal canadien du commerce extérieur, appel n° AP-91-065, le 10 mars 1992.
3. Oxford, Clarendon Press, troisième édition, volume II, p. 2334.
4. (1982), 135 D.L.R. (3d) 657, à la page 664.
5. L.R.C. (1985), ch. I-21.

en ce qui concerne la définition du tourisme. Cela limiterait donc la portée de l'article 68.29 contrairement à ce qui, de l'avis du Tribunal, est prévu par le Parlement. De plus, le tourisme n'est pas un concept objectif; une personne peut être un touriste même si elle visite des endroits qui ne présentent pas d'intérêt sur le plan culturel, historique ou architectural. Cela dit, tout le monde sait que la majorité des villes modernes, spécialement en Amérique du Nord, sont remplies de structures touristiques qui élargissent la portée du tourisme. À cet égard, il convient de signaler que quelques paragraphes après la citation de la définition de «*tourist*» (touriste) dans la cause *Regional Municipality of Peel*, la décision invoquée par l'avocat de l'intimé, le juge MacKinnon précisait : «*It is fairly easy to assume that "exhibition halls" and "convention centres" are essential to the development or maintenance of a tourist industry*»⁶ (Il est assez facile de présumer que les «salles d'expositions» et les «centres de congrès» sont essentiels au développement ou à l'appui de l'industrie touristique [traduction]). De plus, le Tribunal adopte les termes de Côté qui précise que «Il faut distinguer le sens d'un terme de son effet, distinguer le concept signifié par un terme des choses (qu'on appelle parfois "référénts") que le concept est susceptible d'englober»⁷. Les installations comme le Copps Coliseum et Hamilton Place servent à des activités communautaires, mais également à des fins touristiques. Les éléments de preuve confirment que ces installations sont des éléments fondamentaux du tourisme à Hamilton. Pour toutes ces raisons, le Tribunal estime que, comme le démontrent les éléments de preuve, des matières conçues pour promouvoir des activités qui ne sont pas purement communautaires et qui se tiennent dans ces installations ont été utilisées pour promouvoir le tourisme en vertu de l'article 68.29 de la Loi.

Le Tribunal est également convaincu que les imprimés en question ont été distribués gratuitement au grand public aux fins de la promotion du tourisme. Comme le démontrent les éléments de preuve et la pièce A-1, de nombreux organismes à vocation touristique figurent sur la liste d'expédition des imprimés. Le Tribunal ne peut s'imaginer que le Parlement ait prévu que cette documentation touristique serait distribuée à titre individuel, pourvu que les matières et l'information qu'elle contient soient accessibles au grand public, comme dans le cas présent, puisque les imprimés sont envoyés aux hôtels, aux associations d'automobilistes et aux agences de tourisme. Pour les mêmes raisons, le Tribunal est convaincu que les affiches murales en carton sont distribuées gratuitement au public, bien qu'elles ne puissent être apportées à la maison.

Finalement, le Tribunal n'est pas d'accord avec l'avocat de l'intimé en ce qui concerne l'application du sous-alinéa 3b)(vii) de la partie III de l'annexe III de la Loi. Les marchandises énumérées à l'annexe III sont en fait exemptées de la taxe de vente en vertu de l'article 51 de la Loi. Selon le dernier paragraphe de l'article 3 de la partie III de l'annexe III, les calendriers sont généralement exclus de l'exemption, et la taxe de vente doit donc être payée sur ces marchandises. Toutefois, lorsque l'exclusion de l'exemption s'applique, rien n'empêche le remboursement de la taxe de vente en vertu de l'article 68.29 de la Loi dans le cas des calendriers qui sont des imprimés servant à promouvoir le tourisme. Le Tribunal remarque également que l'article 14 de la partie III de l'annexe III de la Loi, ajouté en 1986⁸, prévoit une exemption générale pour les «[i]mprimés importés» et qu'il n'y a aucune restriction ou exclusion concernant les calendriers. Étant donné que cette disposition fait, dans une certaine mesure,

6. *Supra*, renvoi n° 4.

7. Pierre-André Côté, *Interprétation des lois*, Cowansville (Québec), Les Éditions Yvon Blais Inc., p. 221.

8. L.R.C. (1985), ch. 42 (2^e suppl.), art. 13.

double emploi avec l'article 68.29 de la Loi, il serait simplement illogique que le Parlement ait exclu les calendriers touristiques préparés au Canada de la disposition de l'article 68.29 portant sur le remboursement tout en exemptant les mêmes marchandises lorsqu'elles sont importées.

Pour les raisons susmentionnées, l'appel est admis en partie. L'appelant a le droit de se faire rembourser la taxe de vente sur le calendrier des événements, les programmes internes et les affiches murales en carton en vertu de l'article 68.29 de la Loi.

Desmond Hallissey

Desmond Hallissey
Membre président

Charles A. Gracey

Charles A. Gracey
Membre

Robert C. Coates, c.r.

Robert C. Coates, c.r.
Membre