

Ottawa, le jeudi 25 janvier 1996

Appel n° AP-94-350

EU ÉGARD À un appel entendu le 8 septembre 1995 aux termes de l'article 81.19 de la *Loi sur la taxe d'accise*, L.R.C. (1985), ch. E-15;

ET EU ÉGARD À des décisions rendues par le ministre du Revenu national les 16 novembre et 16 décembre 1994 concernant des avis d'opposition signifiés aux termes de l'article 81.17 de la *Loi sur la taxe d'accise*.

ENTRE

MACLEAN HUNTER LIMITED

Appelant

ET

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

DÉCISION DU TRIBUNAL

L'appel est admis en partie.

Lyle M. Russell
Lyle M. Russell
Membre président

Anthony T. Eyton
Anthony T. Eyton
Membre

Anita Szlazak
Anita Szlazak
Membre

Michel P. Granger
Michel P. Granger
Secrétaire

RÉSUMÉ OFFICIEUX

Appel n° AP-94-350

MACLEAN HUNTER LIMITED

Appelant

et

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

Le présent appel est interjeté aux termes de l'article 81.19 de la Loi sur la taxe d'accise à l'égard de déterminations du ministre du Revenu national qui ont eu pour effet de rejeter les demandes de remboursement de l'appelant à l'égard de la taxe de vente fédérale versée relativement à des ventes de diverses publications. La question en litige dans le présent appel consiste à déterminer si l'appelant a droit à un remboursement de la taxe de vente fédérale à l'égard de ses ventes des publications Toronto Blue Jays Scorebook et Canadian Hockey Magazine, étant donné que ces publications sont exonérées de la taxe de vente fédérale à titre de revues, et des catalogues U.S. Troll Book, qui sont réputés avoir été exportés aux États-Unis.

DÉCISION : *L'appel est admis en partie. Le Tribunal conclut que les ventes des publications Canadian Hockey Magazine et Toronto Blue Jays Scorebook effectuées par l'appelant au cours de la période en question étaient exonérées de la taxe de vente fédérale puisque celles-ci étaient bien des «revues» au sens courant du terme, à titre de périodiques renfermant des articles, des comptes rendus, etc., accompagnés normalement de photographies et d'illustrations, etc., et que ni l'une ni l'autre des publications ne servait de programme et ne renfermait plus d'espace publicitaire que le pourcentage autorisé. L'appelant a, par conséquent, droit à un remboursement de la taxe de vente fédérale versée à l'égard des ventes de ces publications.*

Quant à la question de savoir si l'appelant a droit à un remboursement relativement à ses ventes des catalogues U.S. Troll Book, qu'il prétend avoir exportés aux États-Unis, le Tribunal est d'avis que, aux termes de l'article 66 de la Loi sur la taxe d'accise et de l'article 7 du Règlement général sur les taxes de vente et d'accise, le Ministre du Revenu national a le pouvoir discrétionnaire de décider s'il existe des éléments de preuve satisfaisants indiquant que les marchandises ont été exportées.

*Lieu de l'audience : Ottawa (Ontario)
Date de l'audience : Le 8 septembre 1995
Date de la décision : Le 25 janvier 1996*

*Membres du Tribunal : Lyle M. Russell, membre président
Anthony T. Eyton, membre
Anita Szlazak, membre*

Avocat pour le Tribunal : Shelley Rowe

Greffier : Anne Jamieson

*Ont comparu : Paul E. Hawa, pour l'appelant
Anne M. Turley, pour l'intimé*

Appel n° AP-94-350

MACLEAN HUNTER LIMITED

Appelant

et

LE MINISTRE DU REVENU NATIONAL

Intimé

TRIBUNAL : LYLE M. RUSSELL, membre président
ANTHONY T. EYTON, membre
ANITA SZLAZAK, membre

MOTIFS DE LA DÉCISION

Le présent appel est interjeté aux termes de l'article 81.19 de la Loi sur la taxe d'accise¹ (la Loi) à l'égard de déterminations du ministre du Revenu national (le Ministre), en date des 3 et 10 juin, du 15 juillet et du 19 août 1992, qui ont eu pour effet de rejeter des demandes de remboursement de l'appelant à l'égard de la taxe de vente fédérale (TVF) versée relativement aux ventes de diverses publications et de matériel d'emballage d'aliments au cours de la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990. Lors de l'audience, l'avocat de l'appelant a accepté, parmi les questions soulevées dans le mémoire de l'appelant, de chercher uniquement à montrer que l'appelant avait droit à un remboursement de la TVF versée à l'égard de ses ventes des publications *Toronto Blue Jays Scorebook* (le *Scorebook*) et *Canadian Hockey Magazine*, puisque ces publications sont exonérées de la TVF à titre de revues, et des catalogues *U.S. Troll Book*, qui sont réputés avoir été exportés aux États-Unis.

L'avocat de l'appelant a soutenu que les ventes de *Scorebook* et de *Canadian Hockey Magazine* étaient exonérées de la TVF aux termes du paragraphe 51(1) de la Loi, qui dispose, en partie, ce qui suit :

La taxe imposée par l'article 50 ne s'applique pas à la vente ou à l'importation des marchandises mentionnées à l'annexe III.

Le paragraphe 3(1) de la partie III de l'annexe III de la Loi dispose, en partie, ce qui suit :

b) revues et leurs parties; journaux et leurs parties; articles et matières destinés exclusivement à la fabrication ou production de ce qui précède; tout ce qui précède à l'exclusion :

- (i) des publications culturelles, de divertissement, sportives ou autres publications semblables qui servent de programmes,*
- (ii) des revues qui ne sont pas régulièrement publiées à des intervalles définis ou qui le sont moins que quatre fois par année,*
- (iii) d'un numéro d'une revue dont, selon le cas :*

1. L.R.C. (1985), ch. E-15.

(A) plus de quatre-vingt-dix pour cent de la totalité de l'espace imprimé est consacré à la publicité,

(B) plus de soixante-dix pour cent de l'ensemble de l'espace imprimé, dans les quatre derniers numéros qui le précèdent, est consacré à la publicité.

Le témoin de l'appelant, M. Ali Hirji, de Ninecan Management Inc., a expliqué qu'il était chargé d'examiner les livres et registres de l'appelant et d'établir si les publications en cause étaient imposables. Trois échantillons de *Canadian Hockey Magazine* ont été présentés : le n° 4 du vol. 15, le n° 4 du vol. 16 et le n° 2 du vol. 17. Le numéro de volume correspond à l'année de publication de telle sorte que le vol. 15 renvoie à 1992-1993, le vol. 16 à 1993-1994 et le vol. 17 à 1994-1995. M. Hirji a souligné au Tribunal qu'à la page 5 de chacun des numéros, le prix de ce numéro est indiqué, et on peut y lire que *Canadian Hockey Magazine* «*is published a minimum of four times during the hockey season*» ([traduction] est publiée au moins quatre fois pendant la saison de hockey) et peut être achetée par abonnement. Au cours du contre-interrogatoire, M. Hirji a confirmé que les échantillons présentés ne provenaient pas de la période en question, c'est-à-dire du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990.

Selon M. Hirji, *Canadian Hockey Magazine* est vendue dans les kiosques à journaux, par exemple dans les magasins United Cigar Stores, par abonnement et à l'occasion de parties de la ligue de hockey junior partout au Canada. Cependant, il a convenu au cours du contre-interrogatoire que le principal marché de cette publication était les parties de hockey. M. Hirji a confirmé que plusieurs magasins United Cigar Stores avaient été joints et qu'ils avaient confirmé vendre effectivement la publication. Cependant, M. Hirji ne pouvait confirmer que les magasins United Cigar Stores vendaient effectivement la publication en 1990. Tenant compte de discussions qu'il avait eues avec des représentants de l'éditeur, St. Clair Group Investments Inc., M. Hirji a indiqué que, depuis 1990, ni le format de *Canadian Hockey Magazine* ni la façon dont elle était commercialisée ou vendue n'avait subi de changement important.

À une question lui demandant de comparer les index des n^{os} 3 et 4 du vol. 15, présentés au ministère du Revenu national (Revenu Canada) par l'appelant, M. Hirji a répondu que les pages 39 à 134 de chacun des numéros contenaient exactement les mêmes articles. M. Hirji a confirmé qu'un grand nombre des mêmes articles avaient paru dans les n^{os} 2, 4 et 5 du vol. 16 et des n^{os} 1 et 2 du vol. 17.

Deux échantillons de *Scorebook* ont également été présentés à l'audience : le n° I du vol. 14, couvrant la période du 23 avril au 9 mai 1990, et le n° III du vol. 14, couvrant la période du 24 juillet au 12 août 1990. À la page 5 de ces deux numéros, il est indiqué que «*Scorebook Magazine is issued 26 times during the baseball season. Scorebook Magazines 1990 (\$7 each) and the 1990 Blue Jays Yearbook (\$8 each) are available from the Controlled Media publishing office*» ([traduction] La revue *Scorebook* paraît 26 fois au cours de la saison de base-ball. Les numéros de la revue *Scorebook* publiés en 1990 [7 \$ le numéro] et le catalogue annuel de 1990 des Blue Jays [8 \$ pièce] peuvent être obtenus de la maison d'édition Controlled Media). Le prix du numéro est inscrit sur la page couverture, à savoir 3,70 \$ plus 0,30 \$ de taxe de vente provinciale. En tablant sur les renseignements fournis dans la publication et sur l'information obtenue de Controlled Media, M. Hirji a déclaré que *Scorebook* pouvait être obtenue par abonnement. Cependant, il n'a pu confirmer le prix de l'abonnement annuel. Quant aux modes de distribution autres que par abonnement, M. Hirji a soutenu que *Scorebook* était vendue dans les kiosques à journaux, par exemple dans les magasins United Cigar Stores, ainsi qu'à des stands au cours des parties de base-ball des Blue Jays de Toronto.

L'avocat de l'appelant a avancé que, pour arriver à décider si les publications en cause sont ou non exonérées de la TVF aux termes du paragraphe 3(1) de la partie III de l'annexe III de la Loi, le Tribunal doit être convaincu que les publications 1) sont des «revues» et 2) ne sont visées par aucune des exclusions énumérées à l'alinéa 3(1)b) de la partie III de l'annexe III et, en particulier, qu'elles ne servent pas de programmes et qu'elles paraissent régulièrement à des intervalles définis, au moins quatre fois par année.

L'avocat de l'appelant a soutenu que le Tribunal doit donner son sens courant au terme «revues» utilisé dans la Loi, et il a cité la décision de la Cour suprême du Canada dans l'affaire *Miln-Bingham Printing Company Limited v. His Majesty the King*², ainsi que la décision de la Commission du tarif dans *Master Media Inc. c. Le sous-ministre du Revenu national pour les douanes et l'accise*,³ à l'appui de son allégation. L'avocat a indiqué que la définition suivante du mot «*magazine*» ([traduction] revue) correspondait au sens courant de ce terme :

*a periodical publication containing articles, stories, etc., usu. with photographs, illustrations, etc.*⁴

(une publication périodique renfermant des articles, des reportages, etc., accompagnés de photographies, d'illustrations, etc.)

[Traduction]

De l'avis de l'avocat, *Canadian Hockey Magazine* et *Scorebook* satisfont à cette définition puisqu'elles renferment des éditoriaux, des articles et des photographies.

Pour étayer ses allégations, l'avocat de l'appelant a en outre invoqué les critères retenus par la Commission du tarif dans l'affaire *Master Media*, qui avait à décider si une revue de mots croisés pouvait être qualifiée de «revue» et était, par conséquent, exempte de la TVF. L'avocat a cité les extraits suivants de cette décision :

Les revues sont publiées régulièrement depuis trente ans et celles périmées qui ne sont pas vendues sont retournées en vue d'être créditées. [...] Chacune porte un numéro de volume, un numéro d'exemplaire et une date de publications (sic), ce qui indique que la revue est une publication permanente.

[...]

Les marchandises en question sont étalées et vendues dans les kiosques à journaux et sur les présentoirs de revues avec d'autres publications qui peuvent ou non contenir des articles, des photos, de la publicité ou des travaux de collaborateurs. Un nombre limité de publications de mots croisés sont également distribuées régulièrement par le biais d'un système de commandes postales. Chaque numéro porte un numéro de volume, un numéro d'exemplaire et une date de publication.

La Commission conclut que le format, la régularité de publication et la méthode de vente des marchandises en question sont conformes à la définition d'un périodique.

2. [1930] R.C.S. 282.

3. (1982), 8 R.C.T. 140.

4. *The Shorter Oxford Dictionary*, Oxford, Clarendon Press, 1993 à la p. 712.

En appliquant les mêmes critères à *Canadian Hockey Magazine* et à *Scorebook*, l'avocat a soutenu que puisque celles-ci portent un numéro de volume et un numéro d'exemplaire, qu'elles sont publiées respectivement «au moins quatre fois pendant la saison de hockey» et «26 fois au cours de la saison de base-ball», qu'elles sont vendues par abonnement et qu'elles sont disponibles dans des kiosques à journaux, des arénas de hockey et des stades de base-ball, cela indique que ce sont des revues.

Dans son examen du dernier aspect de cette question, c'est-à-dire celle de savoir si *Canadian Hockey Magazine* et *Scorebook* sont ou non visées par les dispositions d'exclusion de l'alinéa 3(1)b) de la partie III de l'annexe III de la Loi, l'avocat de l'appelant a soutenu qu'il ne s'agissait pas de «publications culturelles, de divertissement, sportives ou autres publications semblables qui servent de programmes». L'avocat a invoqué la définition suivante, qui, à son avis, illustre bien le sens courant donné au mot «programme» ([traduction] programme) :

*a usu. printed list of a series of events, performers, etc. at a public function etc.*⁵

(une liste habituellement imprimée d'une série d'événements, de participants, etc., à une activité publique, etc.)

[Traduction]

Selon l'avocat, *Canadian Hockey Magazine* n'est pas liée à un événement précis du fait que ses articles sont d'un intérêt général pour les personnes qui s'occupent du hockey junior et que cette publication ne peut être utilisée pour suivre une partie de hockey en particulier. En ce qui concerne *Scorebook*, l'avocat a fait valoir que cette publication n'est pas non plus liée à un événement précis et que, même si la publication comporte un encart agrafé en son milieu qui fournit la liste de tous les joueurs des Blue Jays de Toronto ainsi que de leurs adversaires pour la période que vise la publication, l'encart ne donne aucune indication sur la formation de début de match ni sur l'ordre des lanceurs ou des frappeurs pour une partie en particulier.

À tout le moins, l'avocat de l'appelant a soutenu que, si le Tribunal conclut qu'une partie du contenu de *Scorebook* sert de programme, alors seulement cette partie de la revue devrait être assujettie à la TVF pour donner un sens à l'expression «revues et leurs parties» figurant à l'alinéa 3(1)b) de la partie III de l'annexe III de la Loi.

Enfin, l'avocat de l'appelant a examiné le fait que les numéros de *Canadian Hockey Magazine* déposés à titre de pièces ne se rapportaient pas à la période visée par le présent appel. L'avocat a expliqué, en s'appuyant sur le témoignage de M. Hirji, que ni le format, ni le contenu, ni le style de la revue n'avait subi de changement important entre la période visée par le présent appel et celle où les numéros déposés à titre de pièces avaient été publiés, que les numéros excédentaires étaient systématiquement détruits ou jetés et que les échantillons présentés étaient les meilleurs éléments de preuve existants à soumettre au Tribunal.

Examinant d'abord *Canadian Hockey Magazine*, l'avocate de l'intimé a mis en évidence le fait que l'appelant était incapable de produire les numéros de cette publication pour la période visée par le présent appel. En outre, elle a soutenu que, même si le Tribunal acceptait le témoignage de M. Hirji selon lequel les numéros publiés au cours de cette période avaient le même format que ceux déposés à titre de pièces, il existait un important chevauchement entre les numéros d'un même volume, et les publications sont principalement vendues lors d'événements sportifs.

5. *Ibid.* à la p. 953.

L'avocate de l'intimé a soutenu que, pour décider si *Canadian Hockey Magazine* était visée par une des exclusions à l'exemption, le Tribunal doit tenir compte des faits suivants : 1) l'utilisation de la publication comme programme; 2) sa publication régulière à des intervalles fixes; et 3) son contenu publicitaire. L'avocate a soutenu qu'il serait impossible de décider du volume publicitaire, puisque l'appelant n'avait pu produire aucun numéro remontant à la période en question. En ce qui a trait à la question de savoir si la publication paraissait «régulièrement [...] à des intervalles définis», l'avocate a déclaré qu'aucune indication d'intervalle n'était fournie, c'est-à-dire s'il s'agissait d'une publication bimensuelle, mensuelle, etc.

Quant à *Scorebook*, l'avocate de l'intimé a soutenu qu'il ne s'agit pas d'une revue au sens courant de ce terme, puisque cette publication renferme un volume important de publicité, que c'est une publication saisonnière vendue principalement aux parties de base-ball des Blue Jays de Toronto et qu'elle renferme un encart qui donne des renseignements semblables à ceux d'un programme.

L'avocate de l'intimé a également fait valoir qu'aux termes de la fiche de décision 5715/76 passive⁶ de Revenu Canada (la fiche de décision), les publications en cause ne sont pas des «revues» aux termes de l'alinéa 3(1)b) de la partie III de l'annexe III de la Loi. La fiche de décision précise que les publications qui se présentent «sous forme de programme culturel, de divertissement ou sportif» et comprenant une «revue [...] un encart portant sur un événement ou une équipe sportive locale ainsi que [...] une section centrale qui sert de programme à un événement culturel, un spectacle ou un événement sportif» sont explicitement exclues de l'exemption au sous-alinéa 3(1)b)(i) de la partie III de l'annexe III à titre de «publications culturelles, de divertissement, sportives ou autres publications semblables qui servent de programmes» et sont, par conséquent, assujetties à la TVF. L'avocate a soutenu que les ventes des publications en cause sont assujetties à la TVF, puisque ces dernières servent de programmes.

Invoquant également la fiche de décision, l'avocat de l'appelant a fait valoir que le Tribunal doit conclure que les publications en cause correspondent à la description suivante d'une publication «publiée sous forme de revue» par opposition à la description de publications «qui servent de programmes» :

Elle contient des renseignements généraux sur l'aspect culture et divertissement ou sur une équipe ou une ligue sportive. Cette publication a pour sujet des événements culturels, des artistes, des joueurs ou des équipes et peut prendre leur nom comme titre. Toutefois, cette publication n'est pas un programme mais une revue publiée à intervalles réguliers et au moins quatre fois par année.

L'avocate a soutenu que les publications en cause satisfont à cette définition, puisqu'elles sont vendues dans les kiosques à journaux, lors d'événements sportifs et par abonnement, et sont publiées à des intervalles définis au moins quatre fois par année.

Après avoir examiné les éléments de preuve et les mémoires des parties, le Tribunal est convaincu que les ventes de *Scorebook* et de *Canadian Hockey Magazine* effectuées par l'appelant au cours de la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990 étaient exemptes de la TVF, puisqu'il s'agit de revues au sens prévu à l'alinéa 3(1)b) de la partie III de l'annexe III de la Loi. Le Tribunal convient, dans le sens de l'argument de l'appelant, qu'il faut donner au terme «revues» son sens courant et estime que la définition

6. *Publications en tant que revues et programmes*, le 12 décembre 1984.

fournie par l'appelant correspond au sens courant du mot. Le Tribunal s'appuie également sur la définition suivante du terme «*magazine*» ([traduction] revue) :

*a publication issued at regular intervals, especially weekly or monthly, which contains stories, articles, photographs, etc., by various contributors.*⁷

(une publication paraissant à intervalles réguliers, notamment toutes les semaines ou tous les mois, qui renferme des comptes rendus, des articles, des photographies, etc., provenant de divers collaborateurs.)

[Traduction]

Après examen des échantillons de *Canadian Hockey Magazine* et de *Scorebook* fournis par l'appelant, le Tribunal est d'avis que les publications satisfont toutes deux aux définitions générales du terme «revue» et que ni l'une ni l'autre n'est visée par les exceptions. Premièrement, en ce qui concerne *Canadian Hockey Magazine*, le Tribunal remarque qu'elle paraît régulièrement à des intervalles définis, puisqu'elle est «publiée au moins quatre fois pendant la saison de hockey», et qu'on y trouve des comptes rendus, des articles et des photographies de différents collaborateurs. Même si les comptes rendus, articles et photographies sont souvent repris d'un numéro à l'autre, d'importantes parties sont propres à chaque numéro. Pour ce qui est de l'applicabilité des exceptions, le Tribunal n'est pas convaincu que la présence d'une page contenant le calendrier des parties de la saison fait d'une publication un programme, que l'on définisse un programme comme étant une liste imprimée d'une série d'événements qui se déroulent en public, comme le propose l'avocat de l'appelant, ou comme un encart portant sur un événement ou une équipe sportive locale accompagné d'une section qui sert de programme pour un événement sportif particulier, comme le veut la fiche de décision. En outre, en se fiant à son examen des échantillons fournis à l'audience, le Tribunal est convaincu que l'espace imprimé consacré à la publicité dans *Canadian Hockey Magazine* n'excède pas le pourcentage autorisé de la totalité de l'espace imprimé.

Le Tribunal reconnaît que les échantillons de *Canadian Hockey Magazine* fournis par l'appelant ne proviennent pas de la période en question. Cependant, le Tribunal accepte le témoignage de M. Hirji, qui a affirmé avoir essayé d'obtenir des échantillons de la période en question et qu'aucun changement important n'avait été apporté à la publication du point de vue de son format, de sa distribution et de son marketing entre la période en question et la période dont proviennent les échantillons déposés à titre de pièces au Tribunal. Par conséquent, le Tribunal croit que les échantillons fournis sont représentatifs des numéros de la publication pour la période visée par le présent appel.

À l'instar de *Canadian Hockey Magazine*, *Scorebook* paraît régulièrement à intervalles définis, c'est-à-dire «26 fois au cours de la saison de base-ball» et renferme des comptes rendus, des articles et des photographies par divers collaborateurs. Le fait que chaque numéro renferme des renseignements généraux sur les billets, les événements spéciaux, le Skydome, les joueurs, gérants et entraîneurs des Blue Jays de Toronto ainsi que des statistiques, en plus d'un encart fournissant une feuille de pointage en blanc et la liste des joueurs des Blue Jays de Toronto et des joueurs de l'équipe adverse, n'en fait pas, de l'avis du Tribunal, un programme. En outre, après avoir examiné les échantillons fournis à l'audience, le Tribunal est convaincu que l'espace imprimé consacré à la publicité dans *Scorebook* n'excède pas le pourcentage autorisé de la totalité de l'espace imprimé.

7. *Gage Canadian Dictionary*, Toronto, Gage Publishing, 1983 à la p. 691.

L'avocat de l'appelant a en outre soutenu que, aux termes de l'article 66 de la Loi, les ventes des catalogues *U.S. Troll Book* n'étaient pas assujetties à la TVF, puisque ces publications avaient été exportées aux États-Unis pour Troll Associates Inc. L'article 66 dispose ce qui suit :

Nulle taxe imposée par la présente loi ne peut être prélevée ou perçue, s'il est établi, sur preuve agréée par le ministre :

a) soit que les marchandises à l'égard desquelles elle est imposée ont été exportées du Canada par le fabricant, le producteur ou le marchand en gros titulaire de licence de qui la taxe serait autrement exigible, en conformité avec les règlements d'application de la présente loi qui s'y appliquent, s'il en est.

Pour prouver que les catalogues *U.S. Troll Book* avaient été exportés aux États-Unis, M. Hirji a présenté des échantillons de factures qu'il avait obtenues en effectuant la vérification des registres de l'appelant. Il a expliqué qu'en effectuant la vérification, il avait discuté des factures avec le contrôleur et le vice-président des finances, qui avaient confirmé que les catalogues *U.S. Troll Book* avaient effectivement été exportés et que l'appelant avait simplement omis de faire les demandes de remboursement appropriées. M. Hirji a fait remarquer que les factures comprennent les frais de courtage ainsi que les droits et les taxes payés, qui, a-t-il soutenu, ne peuvent viser que des envois à l'exportation. Il s'est également appuyé sur le fait que les factures indiquent que la taxe de vente provinciale avait été payée seulement sur la portion des livres qui étaient restés en Ontario. M. Hirji a confirmé au cours du contre-interrogatoire que les documents douaniers n'avaient pu être obtenus pour appuyer la déclaration de l'appelant selon laquelle les catalogues *U.S. Troll Book* avaient été exportés. En réponse aux questions du Tribunal, M. Hirji a déclaré que, sur la foi des discussions qu'il avait eues avec la direction de l'appelant, la publication était distribuée seulement en Ontario et aux États-Unis. Il a aussi déclaré que les montants apparaissant sur les factures, y compris les frais de courtage et les droits, ont été inscrits comme comptes clients et ont été payés.

L'avocat de l'appelant a soutenu que les factures présentées par M. Hirji, ainsi que son témoignage, prouvent de façon satisfaisante que les catalogues *U.S. Troll Book* ont été exportés aux États-Unis.

L'avocate de l'intimé a allégué que, aux termes de l'article 66 de la Loi, la question qui consiste à déterminer si la TVF est payable sur les marchandises exportées dépend de la question suivante : «s'il est établi, sur preuve agréée par le ministre : a) soit que les marchandises [...] ont été exportées du Canada par le fabricant, le producteur ou le marchand en gros titulaire de licence». L'avocate a mis en doute l'allégation voulant que le Tribunal ait la compétence d'examiner la question quand le Ministre avait décidé que les éléments de preuve n'étaient pas satisfaisants. L'avocate a en outre soutenu que, indépendamment de la question de savoir si le Tribunal avait ou non la compétence d'examiner la question, les éléments de preuve produits par l'appelant ne suffisaient pas à montrer que les catalogues *U.S. Troll Book* avaient été exportés aux États-Unis.

Le Tribunal est d'accord avec l'avocate de l'intimé et estime que, aux termes de l'article 66 de la Loi, il est du ressort du Ministre de décider s'il existe des éléments de preuve satisfaisants montrant que les marchandises ont été exportées. En outre, aux termes de l'article 7 du *Règlement général sur les taxes de vente et d'accise*⁸, un remboursement de la TVF payée sur des marchandises qui sont subséquentement exportées ne peut être accordé que si la preuve du paiement de la TVF est versée au dossier par

8. C.R.C. (1978), vol. VI, ch. 594 à la p. 3941.

l'exportateur et que des éléments de preuve indiquant que les marchandises ont été exportées du Canada sont déposés et jugés satisfaisants par le Ministre.

Par conséquent, le Tribunal admet cette partie de l'appel qui porte sur les ventes de *Canadian Hockey Magazine* et de *Scorebook*, effectuées au cours de la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990, et rejette la partie de l'appel qui porte sur les ventes des catalogues *U.S. Troll Book* au cours de la même période.

Lyle M. Russell

Lyle M. Russell
Membre président

Anthony T. Eyton

Anthony T. Eyton
Membre

Anita Szlazak

Anita Szlazak
Membre