

**Mémoire prébudgétaire de l'Association de ventes directes du Canada
en vue du budget de 2018**

Le 26 juillet 2017

L'industrie des ventes directes au Canada

Depuis 1954, l'Association de ventes directes du Canada (AVDC) représente l'industrie des ventes directes au pays. L'industrie compte plus de 1,2 million de participants partout au Canada, qui cumulent plus de 2,55 milliards de dollars de ventes annuellement. Les entreprises canadiennes de vente directe génèrent plus de 568 millions de dollars en recettes fiscales et plus de 924 millions de dollars en revenus personnels pour les Canadiens qui en font partie. Il est particulièrement important de noter que plus de 83 % des participants de notre industrie sont des femmes. La participation à l'industrie des ventes directes leur offre un point d'entrée accessible à la génération de revenus, tout en encourageant l'entrepreneuriat et en leur offrant des possibilités d'apprentissage. Le succès de notre industrie repose depuis des décennies sur sa capacité d'autonomiser les Canadiens de tous les horizons.

L'industrie canadienne de la vente directe comprend des entreprises majeures, comme Arbonne International, Amway Canada Corp., Avon Canada inc., Mary Kay Cosmetics Ltd, PartyLite Gifts Ltd, The Pampered Chef, USANA Health Sciences et Vector Marketing, pour ne nommer que celles-là. Bon nombre de ces entreprises ont des racines profondes au Canada. Avon, par exemple, est présente sur le marché canadien depuis plus de 100 ans. Plusieurs membres de l'AVDC ont également des activités transfrontalières et dépendent énormément, de ce fait, de relations commerciales saines et équitables entre le Canada et les États-Unis.

Équité fiscale transfrontalière

L'AVDC demeure préoccupée par le risque d'augmentation du seuil *de minimis* pour les biens qui transitent des États-Unis vers le Canada. Le système actuel permet d'importer sans frais de douane des biens de moins de 20 \$CAN. Tout produit qui dépasse ce seuil doit être taxé au même taux que les biens similaires vendus au Canada. Ce système a permis aux vendeurs indépendants de rester concurrentiels devant les grands joueurs étasuniens de la vente au détail en ligne, tels qu'Amazon et eBay. Une capacité qui permet à 1,2 million de Canadiens de participer à l'industrie de la vente directe, de générer des revenus et de développer leurs compétences entrepreneuriales.

Le *Summary of Objectives for the NAFTA Renegotiation*, publié récemment par le Bureau du représentant des États-Unis pour le commerce, nous apprend que les États-Unis continuent à exiger l'augmentation de ce seuil. Ils souhaitent plus précisément que soit adopté un seuil minimal comparable à celui en vigueur aux États-Unis, qui s'élève à 800 \$. Or, cet objectif menace directement des millions de Canadiens, qui dépendent de l'industrie de la vente directe.

Il est vrai que le seuil en vigueur aux États-Unis est de 800 \$ et qu'il n'est que de 20 \$ au Canada. Cela étant dit, il est essentiel de tenir compte de la différence entre l'économie de nos deux pays. Premièrement, les États-Unis n'ont pas de taxes fédérales; par conséquent, les entreprises canadiennes ne bénéficient d'aucun avantage fiscal pour leurs transactions transfrontalières. Deuxièmement, les détaillants en ligne comme Amazon et eBay dominent déjà l'économie

étasunienne, et elles visent des parts de marché encore plus grandes à l'international. Cela pourrait avoir l'air d'être un argument contre la concurrence, mais, en réalité, la différence entre le marché canadien et étasunien de la vente au détail en ligne ne saurait être plus grande. Près de 7 achats en ligne sur 10 effectués par des consommateurs canadiens viennent de l'extérieur du pays, alors que seulement 22 % des consommateurs étasuniens rapportent avoir déjà acheté des produits d'une entreprise située à l'extérieur de leurs frontières. Cette énorme différence montre qu'une augmentation du seuil *de minimis* ne pourrait que fragiliser l'économie canadienne. Si l'on inversait la situation, les entreprises étasuniennes feraient les mêmes demandes que nous.

Partout au Canada, des millions de vendeurs indépendants dépendent d'une clientèle qui aime leurs produits et services. Leur travail génère des revenus de millions de dollars pour les Canadiens et permet à des millions de clients en milieu rural d'avoir accès à des produits autrement inaccessibles. Les entreprises de vente directe investissent dans la formation des vendeurs indépendants, leur permettant d'acquérir des compétences en affaires qui favoriseront leur réussite dans cette industrie et dans leurs projets futurs. Augmenter le seuil *de minimis* ne pourrait que nuire à l'industrie et aux nombreux Canadiens qui en dépendent. Une hausse, quelle qu'elle soit, avantagerait disproportionnellement les détaillants en ligne des États-Unis, n'offrirait aucune possibilité de croissance économique au Canada et réduirait les recettes fiscales canadiennes.

Recommandation 1

- **Augmenter le seuil *de minimis* au-delà des 20 \$ actuels aurait une incidence négative sur les industries canadiennes, comme l'industrie de la vente directe. L'AVDC recommande que le gouvernement du Canada maintienne le seuil actuel afin de témoigner son appui aux entreprises canadiennes et aux vendeurs indépendants.**

Préserver le statut des vendeurs indépendants canadiens

L'industrie de la vente directe canadienne est unique en son genre, car elle permet aux Canadiens de se lancer en affaires avec le soutien d'entreprises bien établies. Grâce à leurs ressources, à leurs formations et à leurs produits, ces entreprises constituent des points d'entrée accessibles à l'entrepreneuriat pour des millions de Canadiens. Les vendeurs indépendants sont libres de consacrer les heures qu'ils veulent à leurs activités de vente directe et d'adopter les stratégies qui leur conviennent pour développer leur clientèle. De plus, les vendeurs indépendants se servent désormais des médias sociaux pour innover, croître et impliquer leurs réseaux.

La réglementation canadienne qui régit les entreprises de vente directe constitue la norme internationale par excellence. Lorsque la réglementation et le code d'éthique de l'industrie déraillent, c'est l'ensemble des entreprises, des clients et des participants de l'industrie qui perdent au change. L'AVDC est fière de son *Code de déontologie*, qui régit les pratiques commerciales de l'industrie et qui s'assure que ses membres aient une conduite exemplaire. Le *Code* interdit notamment les pratiques illicites ou mensongères de recrutement de consommateurs, en plus d'imposer le respect de toutes les lois fédérales et provinciales en matière de garantie et une représentation honnête et véridique des revenus. Ces dispositions, et les autres prévues dans le *Code*, ont permis à l'industrie canadienne de la vente directe d'avoir et de conserver une excellente réputation. Grâce à nos efforts constants, nous sommes

parvenus à créer des liens solides avec les organismes réglementaires afin que nos membres offrent aux Canadiens les meilleures possibilités de réussite, tout en conservant la confiance des consommateurs.

L'industrie de la vente directe est présente dans le paysage canadien depuis des décennies. Elle est unique en son genre en ce qu'elle permet aux vendeurs indépendants de prendre leurs décisions d'affaires en toute liberté et indépendance, avec le soutien des réseaux de distribution et de commercialisation de l'entreprise. Notre industrie se démarque également par le fait qu'elle offre de la formation pour développer les compétences entrepreneuriales de ses vendeurs indépendants, ce qui les aide non seulement à générer des revenus, mais également à acquérir les connaissances nécessaires pour réussir en affaires au Canada.

Ces caractéristiques distinguent l'industrie de la vente directe des entreprises de l'économie de « petits boulots », comme Uber. Le gouvernement a envisagé d'obliger les entreprises de l'économie des petits boulots à cotiser à l'assurance-emploi, ce qui pourrait avoir un effet indirect sur les vendeurs indépendants et les entreprises bien établies de l'industrie de la vente directe. Nous demandons donc au Comité de veiller à ce que le gouvernement soit bien conscient que les vendeurs indépendants ont un statut unique au Canada, qui ne devrait pas être amalgamé à des solutions à des problèmes créés par des modèles d'entreprises préjudiciables, axés sur l'utilisation de plateformes Web, qui sont monnaie courante dans l'économie de petits boulots.

Recommandation 2

- **L'industrie de la vente directe, qui est unique en son genre dans l'économie canadienne, a une excellente réputation grâce à son rigoureux *Code de déontologie* et à ses pratiques commerciales strictes. L'AVDC recommande que le gouvernement du Canada continue à respecter le statut de vendeurs indépendants dans son analyse des politiques en matière d'assurance-emploi.**

Personne-ressource

Vous pouvez communiquer avec Tracie Graham, présidente du conseil d'administration de l'Association de ventes directes du Canada (AVDC), pour plus d'information (TGraham@ca.partylite.com).