

DOIT-ON PERCEVOIR DES TAXES SUR LES VENTES EN LIGNE DANS LES ÉTATS DU NORD-EST AMÉRICAIN ?



Par **M^e Isabelle Tremblay** | Les entreprises québécoises qui ont effectué le choix stratégique de vendre leurs produits en ligne sont de plus en plus nombreuses. En effet, le commerce électronique occupe une place grandissante dans l'économie mondiale. Or, malgré cette popularité, force est de constater que plusieurs entreprises ne connaissent pas leurs obligations en matière de taxe de vente dans un contexte international et croient qu'elles n'ont aucune obligation, car tout bien livré à l'extérieur du Canada n'est pas assujéti à la TPS ni à la TVQ.

Mais qu'en est-il lorsque les acheteurs des produits d'une entreprise québécoise sont situés dans l'un des états du Nord-Est américain ?

Les taxes à la consommation aux États-Unis : des généralités

Bien que vous n'avez pas à percevoir ni la TPS ni la TVQ lorsque vous livrez un bien acquis par un acheteur américain, vous n'êtes pas pour autant exempt d'obligations en matière de taxes à la consommation. Aux États-Unis, les taxes à la consommation sont de juridiction étatique, ce qui veut dire que seuls les états peuvent percevoir des taxes à la consommation, appelées *sales and use taxes*.

Il est important de savoir que le *sales and use taxes* aux États-Unis ne sont pas des taxes sur la valeur ajoutée comme le sont la TPS et la TVQ mais sont des taxes de vente au détail. Ainsi, seuls les consommateurs finaux des biens, qui sont par ailleurs taxables, se voient dans l'obligation de payer une taxe.

Un autre élément intéressant à savoir est que ce ne sont pas tous les cinquante États qui génèrent une partie de leurs revenus par la perception d'une taxe à la consommation générale. Certains états, dont le New Hampshire et l'Oregon ne perçoivent pas de *sales and use taxes* générales.

Enfin, tel que son nom l'indique, il y a deux (2) volets aux taxes de vente américaines : 1) le volet *sales* et; 2) le volet *use*. Ce second volet exige des consommateurs qui utilisent un bien dans un état à s'auto-cotiser et remettre à cet état, la taxe sur le bien consommé si ce bien n'a fait l'objet d'aucune perception de taxes. Dans un contexte de commerce électronique, cette composante prend tout son sens.

En effet, seules les entreprises qui possèdent ce qu'on appelle un *nexus*, c'est-à-dire un lien physique suffisamment étroit avec l'État en question pour assujettir à des obligations fiscales en matière de taxe de vente, sont tenues de percevoir et de remettre ces taxes sur les biens vendus à un consommateur de l'État concerné, et ce, en vertu d'une décision de la Cour suprême des États-Unis, l'affaire *Quill*. Cette présence physique peut être un entrepôt, un bureau ou la présence de représentants qui y sollicitent régulièrement des ventes. Avec un tel critère d'assujettissement, ce n'est qu'une infime portion des commerçants en ligne qui ont des obligations de perception et de remise de taxes, d'où l'érosion de l'assiette fiscale des États quant à ces taxes et la problématique de l'iniquité entre les vendeurs en ligne et les détaillants traditionnels.

C'est l'état de New York qui a été le premier à légiférer en matière de taxes sur les ventes en ligne en 2008 afin de diminuer cette iniquité. Nous traitons de cette initiative un peu plus loin dans notre texte.

Depuis, au niveau fédéral, certains représentants de la Chambre ont introduit des projets de loi, dont, en mai 2013, la *Marketplace Fairness Act of 2013*. Ce projet de loi a été introduit au Congrès américain afin d'obliger tous les vendeurs en ligne qui génèrent des revenus bruts de plus d'un million de dollars (1 000 000 S\$US pour leurs ventes en ligne aux États-Unis), à percevoir les taxes de vente dans les États où ils font affaire dans la mesure où l'État concerné remplit certaines conditions administratives, et non seulement les entreprises qui vendent en ligne sous un modèle d'affaires semblable à celui d'Amazon.

Depuis le dépôt de la *Marketplace Fairness Act of 2013*, d'autres projets de loi ont été déposés (*Remote Transactions Parity Act*, *Marketplace Fairness Act of 2015*, etc.) mais bien peu d'actions ont été prises par le gouvernement américain, forçant ainsi les États à contrer le problème des milliards de recettes fiscales perdues par cette inaction du Congrès. Si de telles lois sont adoptées, la nécessité d'avoir une présence physique afin que les États puissent percevoir des taxes, ne tiendrait plus et ceux-ci pourraient percevoir des taxes dans les circonstances prévues à ces lois, malgré la décision *Quill* de la Cour suprême des États-Unis.

Que font les États face à l'inactivité du Congrès américain ?

Tel que mentionné précédemment, conscient de l'importance des recettes perdues, l'État de New York a été le premier à légiférer en adoptant, en 2008, ce qui fut appelé plus tard la *Amazon Tax* obligeant les entreprises spécialisées dans la vente en ligne, telle Amazon, à percevoir des taxes de vente de l'État malgré l'absence d'une présence physique. Ce changement législatif a été contesté devant les tribunaux, par Amazon, mais ce géant de la vente en ligne a été débouté en 2013.

Ainsi, un détaillant sans aucune présence physique dans l'État de New York se voit désormais dans l'obligation de percevoir des taxes de vente new-yorkaises si les conditions suivantes sont réunies : 1) ce détaillant a une entente avec un résident de

l'État de New York afin de lui payer une commission sur les références obtenues par le biais de ce résident et; 2) le chiffre d'affaires du détaillant dans l'État de New York dépasse 10 000 \$US pendant la période précédente de 12 mois.

Des législations similaires ont, par la suite, été adoptées par plusieurs États américains, dont le Rhode Island en 2009, le Connecticut en 2011 et le Vermont en 2015. La différence entre les législations adoptées par ces États et la législation de l'État de New York se situe au niveau du chiffre d'affaires minimum requis pour obliger un détaillant non résident de l'État à percevoir des taxes. Tandis que le montant minimum requis dans l'État de New York et du Vermont est de 10 000 \$, le montant au Rhode Island est de 5 000 \$ et de 2 000 \$ dans le Connecticut.

Ce type de législation ne règle toutefois pas en entier le problème associé à la perception de la taxe de vente dans un contexte de commerce électronique car bien peu d'entreprises ont des ententes de référencement avec des résidents des États concernés.

C'est pourquoi l'Alabama a décidé de légiférer formellement afin de percevoir des taxes sur les ventes en ligne. C'est une première.

En effet, l'Alabama a adopté, en date du 1er janvier 2016, un nouveau règlement (810-6-2-.90.03 *Code of Alabama* 1975) obligeant une entreprise étrangère, qui n'aurait pas autrement de présence physique, à percevoir et remettre à l'État de l'Alabama les taxes sur les ventes effectuées par le biais d'Internet. Il faut toutefois noter que le montant total des ventes effectuées à des consommateurs de cet État devra dépasser annuellement 250 000 \$ et que l'entreprise devra effectuer une ou plusieurs des activités énumérées à la section 40-23-68 du *Code of Alabama*, dont la sollicitation.

Les représentants de l'État de l'Alabama sont conscients que ce règlement risque d'être contesté devant les tribunaux et sont prêts à aller jusqu'en Cour suprême afin de remplacer le critère de la présence physique prévu dans le jugement *Quill* par un critère plus actuel.

Une autre particularité de l'État de l'Alabama est l'entrée en vigueur, le 1er octobre 2015, de la *Simplified Seller Use Tax Remittance Act* (SB 437) qui permet à un vendeur de biens meubles corporels qui n'aurait pas de présence physique en Alabama et donc, aucune obligation de percevoir la taxe de vente, à percevoir de manière volontaire celle-ci de ses acheteurs. En contrepartie, l'État permet à ces vendeurs de conserver 2 % de la taxe perçue. Afin de bénéficier de cette opportunité, les vendeurs intéressés doivent s'enregistrer auprès des autorités, et ce, au moins 6 mois avant l'adoption d'une loi fédérale sur les ventes Internet, telle que la *Marketplace Fairness Act of 2015*.

Il devient donc important de suivre l'évolution de la législation fédérale sur le sujet des ventes en ligne mais aussi celle des États qui commencent à oser prendre des mesures afin de s'assurer d'y trouver leur compte. Gageons que d'autres États emboîteront le pas à l'Alabama !

Conclusion

Dans un contexte commercial où le commerce électronique s'impose de plus en plus, les entreprises offrant leurs produits en ligne doivent maintenant se conformer aux exigences des autres territoires en matière de taxes de vente, en plus de celles imposées par la TPS et la TVQ. Les entreprises doivent donc être proactives et se questionner davantage sur leurs obligations fiscales en matière de taxe de vente dans tous les pays, provinces, états et territoires où ils livrent de la marchandise.

© 2016, M^e **Isabelle Tremblay, M.Fisc**

Avocate

isabelle.tremblay@groupepetcj.ca

Affiliations internationales

PLG International Lawyers

Lawyers Associated Worldwide

Québec 418 | 681 | 7007

Trois-Rivières 819 | 379 | 4331

Montréal 514 | 871 | 2800