

SOUSSION

L'ALLIANCE POUR LE REMBOURSEMENT DE LA TAXE AUX VISITEURS

ALDO
GROUP



HARRY ROSEN



CF

RCC RETAIL
COUNCIL
OF CANADA

HUDSON'S BAY

Présentée à :

L'honorable Chrystia Freeland

Vice-première ministre et ministre des Finances

Le 29 novembre, 2022

Table des matières

L'Alliance pour le remboursement de la taxe aux visiteurs	03
Action recommandée : mettre en œuvre un programme de remboursement de la taxe aux visiteurs	04
Contexte	05
L'importance des achats touristiques et du régime de remboursement de la TVA dans le monde	07
Retombées macroéconomiques du régime de remboursement de la TVA au Canada	08
Remboursement de la taxe aux visiteurs – le nouveau système	09
Conclusion	11
Annexes	12

1. L'Alliance pour le remboursement de la taxe aux visiteurs

L'Alliance pour le remboursement de la taxe aux visiteurs (APRTV) est heureuse d'avoir l'occasion de formuler des commentaires au sujet des consultations pré-budgétaires 2022-23, lancées par l'honorable Chrystia Freeland, Vice-première ministre et ministre des Finances.

Le secteur du tourisme au Canada fait face à de graves difficultés économiques sans précédent depuis le début de la pandémie de coronavirus (COVID-19). Plusieurs industries, notamment le tourisme et le commerce de détail, ont été touchées par cet effondrement.

À mesure que le gouvernement fédéral avance sur la route de la reprise économique, ces industries attendent des changements réglementaires, politiques et législatifs pour pouvoir survivre aux lourdes pertes financières qu'elles subissent depuis le printemps 2020.

Compte tenu de ce contexte sans précédent, l'APRTV a été créée en janvier 2022 pour inciter le gouvernement fédéral à remédier à la situation. L'APRTV est une alliance composée des principaux détaillants canadiens, de l'association de leur industrie, de propriétaires fonciers et d'experts en remboursement des taxes. Les membres sont les suivants : le Groupe Aldo inc., le Groupe Birks inc., Harry Rosen inc., la Compagnie de la Baie d'Hudson, la Corporation Cadillac Fairview Limitée, le Groupe immobilier Quadreal, le Conseil canadien du commerce de détail, Global Blue SASA et Triple Five.

Dans ce mémoire, l'APRTV présente son opinion sur les encouragements que le gouvernement fédéral pourrait mettre en place afin d'attirer les touristes au pays au moment où la fin de la pandémie est en vue.

2. Action recommandée : **mettre en œuvre un programme de remboursement de la taxe aux visiteurs**

L'APRTV encourage fortement et appuie la mise en œuvre par le gouvernement fédéral d'un nouveau programme novateur et entièrement numérique de remboursement de la taxe aux visiteurs (RTV) dans l'avenir immédiat. Ce programme de RTV profiterait considérablement au secteur du tourisme, aux détaillants et, plus largement, à l'économie canadienne. L'APRTV recommande que ce programme fasse partie d'une série de mesures instaurées pour encourager la relance de l'industrie du tourisme au Canada.

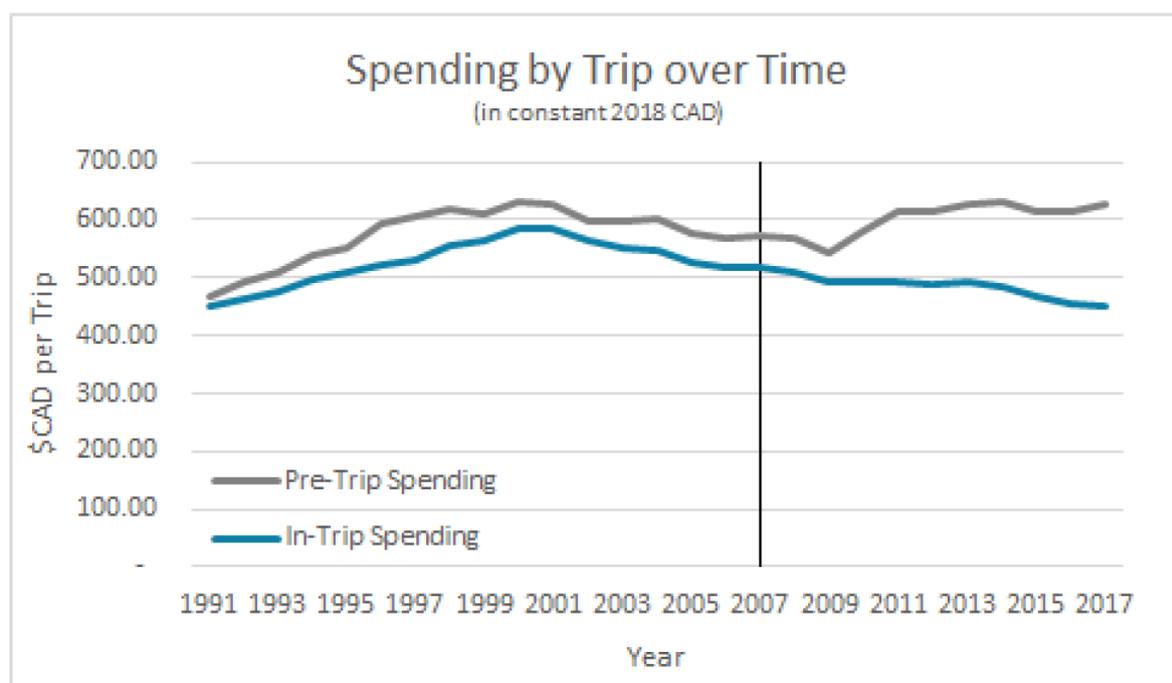
Un nouveau RTV novateur permettrait aux acheteurs internationaux de récupérer la taxe sur les produits et services (TPS) et la taxe de vente provinciale des achats qu'ils emportent avec eux à la fin de leur voyage. Le remboursement de la TPS pour les acheteurs internationaux est accepté dans un nombre croissant de pays. À l'heure actuelle, plus de 70 des 180 pays qui exigent une taxe sur la valeur ajoutée (TVA) offrent cet avantage.

Bien que l'objectif politique et juridique d'un programme de remboursement soit d'assurer la neutralité du traitement fiscal entre les dépenses des touristes sur les biens exportés et les autres exportations, le RTV renforce la compétitivité internationale du secteur touristique ainsi que des détaillants nationaux, tout en augmentant les ventes au détail et les exportations du pays, ce qui entraîne un éventail de retombées macroéconomiques. Selon les directives de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) en matière de TVA, les exportations ne devraient généralement pas être assujetties à des taxes.

3. Contexte

Le secteur du tourisme au Canada fait actuellement face à de graves difficultés économiques. Il est au pire de son histoire étant donné que les frontières internationales étaient fermées en raison de la pandémie de la COVID-19. Dans le contexte antérieur à la COVID-19, le secteur du tourisme était évalué à environ 6,4 % du produit intérieur brut (PIB). Il représentait 111,6 milliards de dollars US en 2019 (par rapport à 8,5 % pour la France en 2019) et environ 750 000 emplois au Canada. Toutefois, en raison de la pandémie, ces chiffres ont chuté pour s'établir à seulement **3,2 % du PIB et 52,4 milliards de dollars US en 2020**, soit une perte renversante de 53 % (voir l'annexe 2).

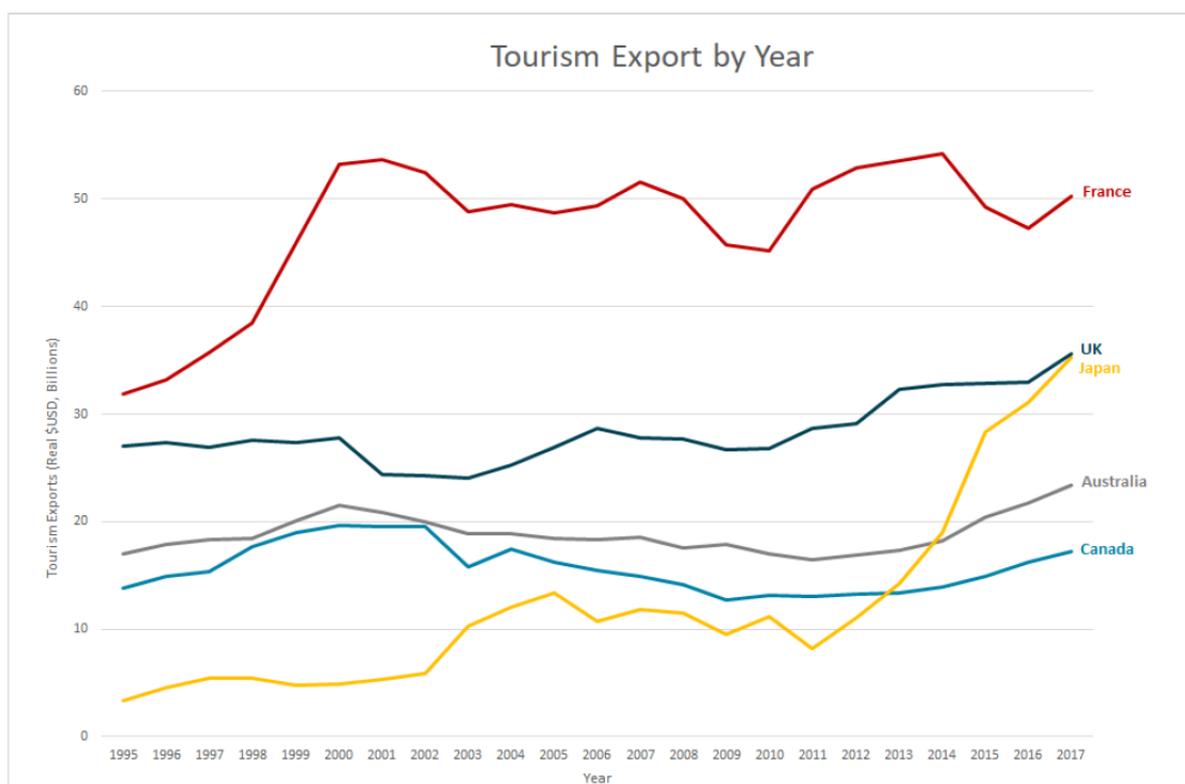
Ces déclin entraînent des répercussions sur de nombreuses industries au Canada, notamment le tourisme et le commerce de détail, qui ont été touchés par ce malheureux effondrement. Cette situation n'a fait qu'exacerber une baisse continue des dépenses touristiques par habitant, qui est manifeste depuis que l'ancien programme de remboursement aux visiteurs (PRV) a été annulé par le gouvernement fédéral en 2007 (voir l'annexe 1). Au cours des sept dernières années, l'industrie du tourisme a enregistré une baisse de 5 % si on la mesure en fonction des dépenses par touriste. Cela contraste fortement avec d'autres pays concurrents, comme le Japon, qui a connu une augmentation de plus de 23 % des dépenses touristiques par habitant depuis qu'il a lancé un nouveau programme de remboursement de taxes en 2012. Pour leur part, les Bahamas ont connu une augmentation de plus de 19 % depuis qu'ils ont lancé le remboursement de taxes en 2015.



Source: Statistics Canada. Table 36-10-0230-01 Tourism demand in Canada, constant prices (x 1,000,000)
 Statistics Canada. Table 24-10-0043-02 One or more nights trips by non-residents to Canada

Il est plus difficile de comparer les dépenses par voyage dans le contexte international. Au fil du temps, il est en effet plus simple de comparer le total des exportations touristiques par pays et par année. Il est donc très utile de comprendre la croissance des exportations touristiques du Canada par rapport à d'autres pays.

Le graphique plus bas présente le total des exportations touristiques selon le Conseil mondial du voyage et du tourisme pour la France, le Royaume-Uni, le Japon, l'Australie et le Canada. L'annexe 3 fournit une liste plus détaillée qui indique le classement de tous les pays de l'OCDE par taux de croissance moyen réel du tourisme entre 1995 et 2017. Sur les 36 pays membres de l'OCDE, le Canada se classe 32e. Cela veut dire au cours des 22 dernières années, le Canada s'est classé cinquième sur le plan de la croissance la plus lente du tourisme. En fait, le faible taux de croissance moyen d'une année sur l'autre au Canada s'établit à 1,29 % sur une base réelle ajustée de 1995 à 2017.



Source: World Travel & Tourism Council. Visitor Exports (Foreign spending). Retrieved from: <https://tool.wttc.org/>

Sur la route de la reprise économique, les intervenants du secteur du tourisme et les détaillants canadiens auront besoin de stabilité financière après avoir subi de lourdes pertes, en particulier ceux qui dépendent des dépenses touristiques pour leurs revenus. Le tourisme au Canada est également essentiel à la réussite du secteur du commerce de détail, particulièrement dans les grandes villes comme Vancouver, Toronto et Montréal, en plus des lieux pittoresques et récréatifs privilégiés comme Whistler, Jasper, Banff, Niagara, Québec, l'Île-du-Prince-Édouard et le Cap-Breton. Ces secteurs devront bénéficier de la mise en œuvre de changements réglementaires, politiques et législatifs clés par le gouvernement fédéral.

4. L'importance des achats touristiques et du régime de remboursement de la TVA dans le monde

Les touristes internationaux se rendent à certains endroits pour diverses raisons. Dans certains cas, le magasinage peut être le facteur déterminant dans le choix des voyageurs. Singapour est un bon exemple. Les touristes effectuent des achats en voyage. Selon les données sur le tourisme de nombreux pays, le magasinage touristique figure parmi les trois activités favorites. Pour les personnes de certaines nationalités, comme les Chinois, c'est l'activité préférée.

L'Organisation mondiale du tourisme est l'organisme des Nations Unies (UNWTO) chargé de la promotion du tourisme responsable, durable et universellement accessible. Selon elle : « Le tourisme d'achats occupe une place croissante dans la chaîne de valeur du tourisme. Le shopping est devenu un facteur déterminant dans le choix de la destination, une composante importante de l'expérience globale de voyage et, dans certains cas, le motif principal de voyage. [...] »

Plus important encore, le shopping est l'un des principaux postes de dépenses des touristes et représente une source importante de revenus pour les économies nationales, directement et par ses multiples connexions avec les autres secteurs de l'économie. »

Ce marché est très précieux pour le commerce du détail et le tourisme. La valeur de l'achat moyen des touristes est très supérieure à celle de l'achat moyen des acheteurs du pays.

L'objectif politique et juridique d'un programme de remboursement de la TVA est d'assurer la neutralité du traitement fiscal entre les dépenses des touristes sur les biens exportés et les autres exportations. Selon les directives de l'OCDE en matière de TVA, les exportations ne devraient généralement pas être assujetties à des taxes. Le Canada est l'un des quatre seuls pays de l'OCDE qui perçoit une taxe de vente fédérale et n'a pas de programme de remboursement de la TVA aux touristes.

Le régime de remboursement aux touristes renforce la compétitivité internationale du secteur touristique ainsi que des détaillants nationaux, tout en augmentant les exportations du pays. Les données montrent que les pays qui ont mis en place un tel régime dépassent maintenant les pays de dépenses de luxe qui n'offrent pas le même régime de remboursement. En 2019, une étude de marché réalisé par Bain¹ indique qu'entre 2009 et 2019, la croissance annuelle des ventes d'articles de luxe à des acheteurs du pays était d'environ 5 %. Au cours de la même période, la croissance annuelle des ventes d'articles de luxe s'établissait à 10 % dans les pays offrant des achats hors taxes à leurs acheteurs internationaux.

¹Étude de Bain sur les achats hors taxes, 2019.

Selon une autre étude publiée récemment par Bain & Company², en 2019, 40 % du revenu des marchands de produits de luxe de l'Union européenne (UE) provenaient d'acheteurs ne résidant pas dans l'UE, et ce pourcentage dépassait 70 % pour les grands magasins partout en Europe.

Les acheteurs internationaux sont aussi importants pour les marchands de produits autres que les articles de luxe. Les achats hors taxes constituent un outil indispensable pour divers types de commerçants, notamment ceux qui se trouvent à des frontières internationales. De tels marchands dépendent en effet largement des acheteurs qui traversent régulièrement la frontière pour effectuer des achats, motivés par la possibilité de récupérer la TVA.

5. Retombées macroéconomiques du régime de remboursement de la TVA au Canada

Le régime de remboursement de la TVA augmente également le revenu des achats touristiques et les retombées macroéconomiques. Des cabinets d'experts-conseils internationaux ont constaté que la plus grande compétitivité des prix du secteur du tourisme d'un pays entraîne une hausse du nombre de touristes et des achats touristiques par rapport à une situation sans achats hors taxes. Ceci est attribuable à la nature du tourisme, qui est sensible aux prix, et au marché mondial du tourisme, qui est très compétitif. La modélisation de l'équilibre général de la réduction des exportations touristiques indique qu'elle stimule l'activité économique. En fait, elle augmente le PIB réel en plus de créer des emplois.

L'APRTV a fait appel à des experts en matière d'économie et de fonctionnement des programmes mondiaux de remboursement des visiteurs. Le Centre for Economics and Business Research (Cebr), au Royaume-Uni, possède de l'expérience dans la modélisation des résultats de programmes de RTV. Global Blue, une entreprise suisse, est un fournisseur de services de premier plan dans le domaine des achats hors taxes, des produits de remboursement de la TVA/TPS et des services de paiement.

Les données, la méthodologie et les conclusions tirées des études réalisées ont été obtenues et modélisées de manière indépendante et reposent sur des hypothèses réalistes et justifiables. L'expérience directe qu'a acquise Global Blue dans la fourniture de services liés aux ventes hors taxes au sein d'une variété de régimes de TVA à travers le monde a permis de concevoir un modèle qui s'adapte le mieux au système canadien de TPS/TVH (taxe de vente harmonisée) et aux multiples postes frontaliers aériens, maritimes et terrestres du Canada. Ceci est expliqué à la section 6 du mémoire, intitulée Remboursement de la taxe aux visiteurs – le nouveau système.

² Étude de Bain de l'ECCIA sur le tourisme en Europe, 2022.

La relance économique que pourrait engendrer un programme de RTV repose sur deux effets : l'existence d'un programme de remboursement de la taxe stimulerait à la fois le nombre de visiteurs venant au Canada et la somme d'argent que chaque visiteur dépenserait au pays.

Les principaux points à retenir de l'étude macroéconomique du Cebr sont les suivants :

1. Les achats hors taxes pourraient augmenter de 193 000 le nombre de visiteurs au Canada, ce qui entraînerait une augmentation des dépenses des visiteurs de 407 millions de dollars.
2. Cette relance appuierait **32 100 emplois supplémentaires** dans le secteur du voyage et du tourisme et ses chaînes d'approvisionnement.
3. Il y aurait un effet positif sur le PIB de plus de 810 millions de dollars et un gain net de recettes fiscales de 127 millions de dollars à tous les échelons de gouvernement.

6. Remboursement de la taxe aux visiteurs – le nouveau système

L'APRTV propose un **système de RTV de pointe et entièrement numérique pour que le Canada fasse concurrence aux autres pays de l'OCDE.**

Ce système novateur se veut l'un des plus modernes et des plus avancés au monde. Il appuiera les efforts visant à positionner le Canada comme une destination de magasinage de premier ordre à l'échelle mondiale. Le nouveau système de RTV est simple, sûr et efficace. Il offre la meilleure expérience au voyageur, et ce, **sans aucun coût pour le gouvernement du fédéral** ou les détaillants.

Le régime de remboursement numérique de la TVA augmente le nombre de voyageurs internationaux qui effectuent des achats hors taxes en simplifiant le processus pour tout le monde. Les pays possédant un régime numérique continuent de dépasser les autres sur le plan du nombre de transactions exécutées. Les pays où le magasinage touristique remporte un grand succès en Europe et en Asie ont un régime de remboursement numérique. Les principaux pays qui utilisent ce nouveau système sont la France, l'Italie, l'Espagne et Singapour.

La procédure de remboursement comprend trois étapes simples, comme indiqué ci-dessous.



La numérisation améliore l'expérience de l'acheteur international en la rendant harmonieuse, et appuie les acheteurs à chaque étape du processus de remboursement. Les acheteurs disposent d'une vaste gamme de solutions numériques mobiles pour rehausser leur expérience de magasinage et recevoir tous les renseignements pertinents.

Ce nouveau modèle amélioré fait participer les détaillants, ce qui est essentiel pour réduire la fraude. Les détaillants et les fournisseurs de services de remboursement, comme Global Blue, contribuent à la vérification et à la documentation rigoureuses des achats. Ils s'assurent : a) que les voyageurs sont bien renseignés au sujet des possibilités d'achats hors taxes; b) qu'ils sont admissibles à un remboursement de taxe; et c) que la vente est réelle et a été conclue dans un magasin physique.

Les détaillants ont en outre l'occasion de vendre davantage aux voyageurs. Le fournisseur de services de remboursement leur permet d'émettre le relevé numérique de transaction d'achat hors taxes en magasin. Les formulaires papier ne sont plus nécessaires. Le fournisseur offre de surcroît un éventail d'autres services aux détaillants, notamment un soutien à la vente et une formation, une veille stratégique, du matériel de point de vente et des débouchés commerciaux pour leurs marques, tant à l'échelle locale qu'à l'étranger.

Le système de validation numérique des exportations est très efficace et très sûr. Il est accompagné d'un moteur de risque qui approuve la plupart des transactions automatiquement selon des règles préétablies par les Douanes, c.-à-d. le circuit vert. Les cas restants sont examinés par un agent des douanes (ou une personne désignée par les Douanes), c.-à-d. le circuit rouge. Certains types de marchandises, montants de ventes ou origine des voyageurs peuvent déclencher un examen plus approfondi et peuvent donc être dirigés vers le circuit rouge. Seules les Douanes définissent les règles des circuits vert et rouge. Et surtout, cette caractéristique clé peut être modifiée, activée ou désactivée en tout temps.

Le voyageur peut choisir un remboursement comptant ou non, qui est accordé par le fournisseur de services de remboursement. Les options numériques de remboursement non comptant comprennent les cartes de crédit, les portefeuilles mobiles et les virements bancaires.

Les fournisseurs de services de remboursement investissent continuellement une part importante de la commission exigée du voyageur dans la technologie, l'infrastructure, la promotion et la prévention de la fraude. La promotion des achats hors taxes auprès des voyageurs, avant et pendant leur visite, permet d'assurer une bonne utilisation du régime de remboursement. Les fournisseurs de services de remboursement font la promotion auprès de nouveaux marchands des achats hors taxes, qui sont donc offerts par un nombre toujours croissant de marchands, dans un plus grand nombre de villes et à davantage d'acheteurs, qui achètent toute une gamme de produits, y compris des articles de luxe et autres.

Le gouvernement fédéral pourrait envisager pour les fournisseurs de services de remboursement une exigence minimale d'accréditation afin de dissuader les fournisseurs qui ne sont pas sérieux. Dans le cas du modèle que propose l'APRTV au gouvernement fédéral, le risque est minime.

En plus d'un RTV numérique, sécurisé, efficace et bien publicisé, le gouvernement fédéral et les détaillants obtiendraient de précieuses données sur les achats touristiques qui permettraient aux hauts fonctionnaires, aux autorités et aux détaillants de réaliser des analyses et de prendre des décisions éclairées.

7. Conclusion

Un régime de remboursement de la TVA aux touristes comporte des objectifs politiques et juridiques. Les exportations ne devraient pas être assujetties à des taxes selon les directives de l'OCDE en matière de TVA. En outre, le régime de remboursement de la TVA augmente le revenu des achats touristiques et les retombées macroéconomiques, tout en entraînant un gain net des recettes fiscales pour tous les échelons de gouvernement.

L'APRTV recommande la mise en œuvre d'un système de RTV de pointe et entièrement numérique. Ce système est simple, sûr et efficace, et offre aux voyageurs la meilleure expérience avec un minimum d'intervention de la part du gouvernement fédéral et des détaillants, et sans aucun coût. Les industries du tourisme et du commerce de détail appuient énergiquement cette proposition novatrice.

Le gouvernement fédéral devrait se pencher sur les besoins du secteur du tourisme et du secteur du commerce de détail alors que le pays amorce sa relance économique après la pandémie de COVID-19.

Action recommandée : L'Alliance pour le remboursement de la taxe aux visiteurs recommande au gouvernement fédéral de mettre en œuvre un programme de remboursement de la taxe aux visiteurs.

David Bensadoun, CEO
ALDO Group Inc.




Jean-Christophe Bédos, President & CEO
Birks Group Inc.




Wayne Drummond, President
Hudson's Bay




Salvatore Iacono, Executive Vice President,
Operations
Cadillac Fairview




Jorge Casal, Senior Vice President
New Markets & Public Affairs
Global Blue




Larry Rosen, Chairman & CEO
Harry Rosen Inc.




Chrystal Burns, Senior Vice President
QuadReal Property Group




Karl Littler, Senior Vice President,
Public Affairs
Retail Council of Canada




David Ghermezian, Vice-Chairman and
Chief Executive Officer
Triple Five




ANNEXES

L'ALLIANCE POUR LE REMBOURSEMENT DE LA
TAXE AUX VISITEURS

ANNEXE 1:

Programme de remboursement aux visiteurs – l'ancien système

Les régimes de remboursements de la TVA actuels sont très différents de l'ancien programme canadien. L'AFVTR propose un système de RTV de pointe et entièrement numérique qui résoudrait les problèmes de l'ancien système et permettrait au Canada de faire concurrence aux autres destinations touristiques.

Le PRV a été mis en œuvre en janvier 1991. Le gouvernement fédéral avait alors indiqué que le tourisme est effectivement une industrie d'exportation comme le bois d'œuvre ou les véhicules. En offrant un remboursement aux visiteurs, le Canada traitait donc les biens et services du tourisme tout comme n'importe quelle autre exportation.

Le 1er avril 2007, le gouvernement fédéral est devenu le premier pays membre de l'OCDE à annuler son PRV. À ce jour, le Canada, le Chili, le Costa Rica (membre récent de l'OCDE) et le Royaume-Uni sont les seuls pays de l'OCDE qui perçoivent une taxe de vente fédérale et n'offrent pas de remboursement aux visiteurs.

L'ancien PRV, dont l'administration nécessitait beaucoup de travail, était complexe, déroutant pour les voyageurs, mal publicisé et ouvert à la manipulation par des fournisseurs de services douteux. Il était par conséquent sous-utilisé et était de surcroît l'objet de nombreuses plaintes de la part des voyageurs internationaux.

Le système du PRV était alors entièrement manuel et les détaillants ne participaient pas à la prestation de renseignements et de conseils aux voyageurs en matière d'utilisation du système. Les voyageurs devaient effectuer tout le travail préliminaire, remplir de nombreux documents et les faire parvenir aux fournisseurs de services de remboursement ou les envoyer par la poste à l'Agence du revenu du Canada (ARC). Le taux de refus des demandes était élevé, soit d'environ 25%.

Le processus de l'ancien système reposait entièrement sur des formulaires et des reçus papier et exigeait donc de l'ARC un énorme travail pour examiner les demandes et surveiller les fournisseurs de services de remboursement. En outre, le taux de refus amenait un grand nombre de voyageurs à se plaindre de l'absence de remboursement auprès du gouvernement fédéral.

Le gouvernement fédéral ne faisait pas une promotion adéquate de l'ancien PRV et n'obtenait donc pas de budget annuel pour en souligner la valeur auprès du public. Le manque de connaissance du PRV a entraîné à l'époque un taux d'utilisation extrêmement faible, ainsi que l'insatisfaction des voyageurs, qui se rendaient compte une fois rentrés chez eux qu'ils avaient manqué l'occasion d'effectuer des achats hors taxes au Canada.

En résumé, l'ancien système avait peu de chances de survivre. Son échec n'est pas dû au régime de remboursement de la TPS en soi, mais plutôt à sa conception médiocre et à sa forte charge administrative.

ANNEXE 2:

G20 Countries: Select Travel and Tourism Indicators

Figure 6: G20 Countries: Select Travel & Tourism Indicators

	T&T contribution to GDP (US\$ BN)		T&T % of GDP		T&T GDP change (%)	Share of Total T&T Spending 2020		T&T Spending Change 2020 (%)	
	2020	(2019)	2020	(2019)	2020	Domestic	International	Domestic	International
1 United States	1 103.7	1869.7	5.3	8.6	-41.0	93.9	6.1	-37.1	-76.7
2 China	667.2	1665.6	4.5	11.6	-59.9	88.0	12.0	-60.8	-66.3
3 Japan	234.9	373.0	4.7	7.1	-37.0	94.6	5.4	-30.3	-82.9
4 Germany	208.8	393.1	5.5	9.8	-46.9	88.4	11.6	-47.3	-57.9
5 Italy	132.2	269.8	7.0	13.1	-51.0	80.6	19.4	-49.6	-62.0
6 France	123.2	240.5	4.7	8.5	-48.8	67.1	32.9	-49.8	-52.9
7 India	121.9	191.3	4.7	6.9	-36.3	89.0	11.0	-30.7	-61.0
8 United Kingdom	115.0	305.0	4.2	10.1	-62.3	85.4	14.6	-63.2	-71.6
9 Mexico	91.2	175.6	8.5	15.0	-48.1	85.0	15.0	-48.0	-49.3
10 Australia	81.4	149.1	6.0	10.7	-45.4	91.0	9.0	-41.0	-77.2
11 Brazil	78.0	115.7	5.5	7.7	-32.6	94.4	5.6	-35.6	-39.1
12 Spain*	75.4	202.1	5.9	14.1	-62.7	63.2	36.8	-50.7	-78.2
13 Canada	52.4	111.6	3.2	6.4	-53.0	81.2	18.8	-51.0	-71.1
14 Saudi Arabia	48.5	79.2	7.1	9.8	-38.8	66.2	33.8	-30.9	-80.4
15 Russia	40.1	75.5	2.7	4.9	-47.0	82.5	17.5	-43.9	-69.6
16 South Korea	39.9	73.2	2.4	4.4	-45.5	67.9	32.1	-34.0	-68.0
17 Turkey	35.5	77.6	5.0	11.0	-54.2	47.2	52.8	-41.8	-65.2
18 Indonesia	34.5	64.7	3.2	5.9	-46.6	78.4	21.6	-35.2	-78.4
19 Argentina	24.3	38.9	6.5	9.4	-37.5	91.7	8.3	-35.1	-66.7
20 South Africa	11.1	22.1	3.7	6.9	-49.8	66.7	33.3	-42.8	-66.0

* Spain is included here as it is invited to G20 events as a permanent guest.

<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>

ANNEXE 3:

Rank of OECD Countries by Average Visitor Export Growth, 1995 to 2017

Appendix A: Rank of OECD Countries by Average Visitor Export Growth, 1995 to 2017

	Visitor Exports	Avg % Increase	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Latvia	25.76%	0.09	0.44	0.64	0.96	0.96	0.99	1.03	1.09	1.29	1.28	1.27
2	Lithuania	13.68%	0.18	0.78	1.23	0.98	1.26	1.33	1.32	1.32	1.28	1.37	1.38
3	Japan	13.55%	3.35	4.87	13.41	11.19	8.24	11.05	14.29	19.02	28.32	31.14	35.27
4	Iceland	10.44%	0.50	0.64	0.69	1.20	1.42	1.69	1.96	2.32	2.83	3.72	4.06
5	Turkey	8.46%	6.77	11.39	18.95	18.44	21.84	22.70	26.00	29.76	31.41	24.34	31.31
6	Ireland	6.22%	3.63	5.31	6.33	7.58	6.52	6.62	6.70	10.14	11.03	11.70	12.95
7	South Korea	6.06%	7.38	12.20	9.35	16.29	18.54	20.26	20.32	22.44	19.74	22.00	16.78
8	Slovakia	6.01%	0.94	0.69	1.20	1.90	1.92	1.92	2.12	2.05	2.30	2.62	2.71
9	Sweden	5.69%	5.25	6.48	8.38	10.09	10.58	10.60	11.02	12.37	13.99	15.41	16.52
10	Greece	5.22%	7.93	17.19	17.71	14.48	15.02	14.51	16.36	17.87	16.53	17.77	19.46
11	Chile	5.09%	1.79	2.12	2.31	2.25	2.45	2.83	2.84	3.13	3.66	3.95	4.82
12	Portugal	4.59%	8.02	10.27	9.66	11.84	12.97	13.81	14.53	15.75	16.49	17.71	20.60
13	Germany	3.71%	23.44	33.98	38.91	42.36	43.59	45.06	46.60	48.33	47.89	48.87	50.45
14	Spain	3.47%	36.57	53.89	55.08	52.22	56.83	57.48	59.49	62.36	63.96	68.41	75.42
15	Mexico	3.35%	12.02	10.59	12.86	11.34	10.41	11.29	11.59	13.47	17.61	21.68	22.39
16	New Zealand	2.66%	6.17	7.12	8.32	7.05	7.07	6.70	6.72	7.12	8.90	9.64	10.04
17	Belgium	2.49%	8.64	13.56	11.93	12.03	12.50	12.91	13.10	13.62	13.82	13.35	13.49
18	Denmark	2.41%	4.71	6.33	6.40	6.00	6.58	6.63	6.88	7.28	7.35	7.54	7.58
19	France	2.34%	31.89	53.18	48.69	45.14	50.93	52.85	53.56	54.22	49.23	47.27	50.31
20	United States	2.32%	129.90	153.24	133.30	164.86	181.01	189.94	202.79	213.77	216.67	209.07	200.67
21	Israel	2.32%	5.42	7.03	5.85	6.47	6.36	6.97	6.84	6.67	7.06	6.83	7.25
22	Estonia	2.01%	1.34	1.67	1.80	1.43	1.55	1.59	1.83	1.99	1.94	1.96	2.00
23	Luxembourg	1.82%	1.01	1.55	1.57	1.34	1.34	1.35	1.34	1.45	1.34	1.33	1.36
24	Norway	1.80%	4.50	4.41	4.60	4.35	4.68	4.85	5.09	5.70	6.36	6.52	6.41
25	Netherlands	1.80%	13.04	17.54	14.01	14.92	15.32	14.94	15.84	15.84	16.22	16.82	18.53
26	Finland	1.79%	2.73	3.06	3.22	4.09	4.75	4.80	4.76	4.37	3.28	3.47	3.69
27	Poland	1.74%	10.42	9.74	7.57	8.46	9.36	10.21	10.29	10.50	10.87	12.02	13.03
28	Australia	1.59%	16.97	21.54	18.44	17.03	16.47	16.94	17.37	18.25	20.40	21.77	23.41
29	Czech Republic	1.50%	5.85	6.39	6.94	6.94	7.13	7.19	6.73	6.83	7.12	7.27	7.53
30	Switzerland	1.39%	14.99	16.76	15.95	18.32	18.21	18.25	18.77	19.65	19.02	19.16	19.82
31	United Kingdom	1.37%	27.04	27.75	26.90	26.83	28.72	29.13	32.33	32.72	32.91	33.02	35.63
32	Canada	1.29%	13.79	19.70	16.26	13.13	13.07	13.26	13.38	13.87	14.87	16.24	17.22
33	Slovenia	1.20%	2.26	1.97	2.10	2.47	2.52	2.51	2.54	2.56	2.60	2.68	2.83
34	Austria	1.15%	17.33	18.44	20.37	19.67	19.60	19.91	20.11	20.62	20.92	21.74	22.02
35	Italy	0.78%	38.92	45.60	39.33	35.35	37.56	37.96	39.13	40.51	41.34	42.17	44.91
36	Hungary	0.57%	6.97	5.10	4.05	4.50	4.71	4.46	4.73	5.58	6.38	6.90	7.14

ANNEXE 4:

Pays de l'OCDE qui remboursent la TVA aux touristes



Allemagne



Autriche



Australie



Belgique



Colombie



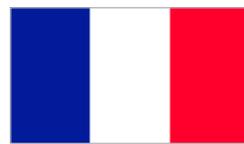
Danemark



Estonie



Finlande



France



Grèce



Hongrie



Islande



Irlande



Israël



Italie



Japon



Corée



Lettonie



Lituanie



Lukembourg



Mexique



Pays-Bas



Nouvelle-Zélande



Norvège



Pologne



Portugal



République tchèque



Slovaquie



Slovénie



Espagne



Suède



Suisse



Turquie

Les États-Unis n'ont pas de taxes de vente fédérale. Chaque État peut mettre en œuvre un programme de remboursement de la TVA aux touristes. C'est le cas du Texas et de la Louisiane.

ANNEXE 5:

APRTV et partisans



ALDO Group Inc.



Birks Group Inc.



Cadillac Fairview



Global Blue



Harry Rosen Inc.



Hudson's Bay



QuadReal Property Group



Retail Council of Canada



Triple Five