

7 octobre 1992

publicitaire, les frais de reconstitution de gros et de détail, les frais de représentation;

- b) les stimulants à la vente et à la commercialisation, les remises aux consommateurs, aux détaillants ou aux grossistes, les stimulants afférents aux marchandises;
- c) les salaires et les traitements, les commissions, les primes, les avantages sociaux (frais médicaux, assurance, pension), les frais de déplacement et de subsistance, les droits d'adhésion et honoraires professionnels, pour le personnel de la promotion des ventes, de la commercialisation et du service après-vente;
- d) le recrutement et la formation du personnel de la promotion des ventes, de la commercialisation et du service après-vente, et la formation au service après-vente des employés s'occupant de la clientèle, lorsque ces frais sont indiqués séparément pour la promotion des ventes, la commercialisation et le service après-vente des produits sur les états financiers ou les comptes de prix de revient du producteur;
- e) l'assurance responsabilité en matière de produits;
- f) les fournitures de bureau pour la promotion des ventes, la commercialisation et le service après-vente des produits, lorsque ces coûts sont indiqués séparément pour la promotion des ventes, la commercialisation et le service après-vente des produits sur les états financiers ou les comptes de prix de revient du producteur;
- g) les coûts du téléphone, de la poste et autres moyens de communication, lorsque ces coûts sont indiqués séparément pour la promotion des ventes, la commercialisation et le service après-vente des produits sur les états financiers ou les comptes de prix de revient du producteur;
- h) les loyers et l'amortissement des bureaux et des centres de distribution servant à la promotion des ventes, à la commercialisation et au service après-vente;