

7 octobre 1992

commun d'au moins 16 personnes), les sous-positions 8704.22, 8704.23, 8704.32 et 8704.90, et les positions 87.05 et 87.06;

- b) les véhicules automobiles visés dans les sous-positions 8701.10 et 8701.30 à 8701.90;
- c) les véhicules automobiles visés dans les sous-positions 8702.xx (véhicules pour le transport en commun d'au plus 15 personnes), 8704.21 et 8704.31; ou
- d) les véhicules automobiles visés dans les sous-positions 8703.21 à 8703.90;

catégorie de taille signifie, dans le cas d'un véhicule automobile identifié à l'alinéa 403(1)a) :

- (i) au plus 85 pieds cubes d'espace intérieur pour les passagers et les bagages;
- (ii) entre 85 et 100 pieds cubes d'espace intérieur pour les passagers et les bagages;
- (iii) entre 100 et 110 pieds cubes d'espace intérieur pour les passagers et les bagages;
- (iv) entre 110 et 120 pieds cubes d'espace intérieur pour les passagers et les bagages; et
- (v) au moins 120 pieds cubes d'espace intérieur pour les passagers et les bagages;

coûts de promotion des ventes, de commercialisation et de service après-vente désigne les frais suivants qui se rapportent à la promotion des ventes, à la commercialisation et au service après-vente;

- a) la promotion des ventes, la publicité, les études de marché, les instruments promotionnels et de démonstration, les expositions, les conférences de nature commerciale, les foires commerciales et les congrès, les bannières, les étalages, les échantillons gratuits, les documents relatifs aux ventes et au service après-vente (brochures, catalogues, notices techniques, tarifs, manuels de service, information sur la vente), l'établissement et la protection de logos et de marques de commerce, les parrainages de caractère