



Matériel de promotion des démarcheurs

La présente version remplace celle datée d'octobre 2006.

Les entreprises du secteur du démarchage utilisent du matériel de promotion pour faciliter la promotion, la vente ou la distribution de leurs produits. Le présent document d'information explique ce qui constitue et ce qui ne constitue pas du matériel de promotion pour les démarcheurs et leurs entrepreneurs indépendants qui utilisent la méthode facultative de perception.

Les renseignements contenus dans le présent document d'information ne s'appliquent pas au matériel de promotion pour les vendeurs de réseau et les représentants commerciaux. Un vendeur de réseau est une entreprise du secteur du démarchage qui vend ses produits directement aux consommateurs par l'entremise de représentants commerciaux qui reçoivent une commission. Pour des renseignements sur le matériel de promotion des vendeurs de réseau et des représentants commerciaux, consultez l'info TPS/TVH GI-052, *Secteur du démarchage – La méthode pour les vendeurs de réseau à l'intention des vendeurs de réseau et des représentants commerciaux*.

Le présent document d'information n'explique pas la façon dont la TPS/TVH s'applique à la vente de matériel de promotion. Pour en savoir plus à ce sujet, consultez les infos TPS/TVH suivants :

- *Secteur du démarchage – La méthode pour les vendeurs de réseau à l'intention des vendeurs de réseau et des représentants commerciaux* (GI-052);
- *Secteur du démarchage – La méthode facultative de perception à l'intention des démarcheurs et des distributeurs* (qui sera publié sous peu);
- *Secteur du démarchage – La méthode facultative de perception à l'intention des entrepreneurs indépendants* (qui sera publié sous peu).

Sens de certaines expressions

L'expression « biens meubles » signifie tout bien, à l'exception des immeubles. Il s'agit des produits ainsi que des droits et intérêts de tout genre. Toutefois, il ne peut pas s'agir d'argent.

L'expression « produits exclusifs » signifie les biens meubles qu'un démarcheur acquiert, fabrique ou produit en vue de les vendre dans le cours normal de l'entreprise à des entrepreneurs indépendants qui à leur tour les vendent, ou ont l'intention de les vendre, à des consommateurs.

Qu'est-ce qui constitue du matériel de promotion?

Le matériel de promotion comprend les biens qui sont des imprimés commerciaux sur commande ou des échantillons, des trousse de présentation, des articles promotionnels ou pédagogiques, des catalogues ou tout autre bien meuble qu'un démarcheur ou un entrepreneur indépendant acquiert, fabrique ou produit en vue de les vendre pour faciliter la promotion, la vente ou la distribution de produits exclusifs du démarcheur.

Il peut aussi s'agir d'un service d'expédition ou de manutention, ou d'exécution des commandes, pour d'autre matériel de promotion ou des produits exclusifs. Pour en savoir plus, consultez la partie « Service d'expédition, de manutention ou d'exécution des commandes » plus loin dans le présent document.

Le matériel de promotion ne comprend pas un produit exclusif ou un bien qu'un entrepreneur indépendant utilisera comme immobilisation.

La question de savoir si un bien donné constitue du matériel de promotion est une question de fait. Le démarcheur ou l'entrepreneur indépendant doit prouver que le bien est acquis, fabriqué ou produit en vue de le vendre pour faciliter la promotion, la vente ou la distribution des produits exclusifs du démarcheur.

Voici des exemples de matériel de promotion :

- les échantillons de produits dans les trousse de présentation;
- un bien, qui serait par ailleurs un produit exclusif, qui n'est pas destiné à la revente (p. ex. un bien étiqueté comme « échantillon » ou « non destiné à la revente »);
- du matériel publicitaire, tel que les circulaires;
- les cartes professionnelles;
- les brochures portant sur un produit exclusif;
- les livres, cassettes, vidéos et disques compacts qui expliquent comment améliorer ses techniques de vente;
- les livres, cassettes, vidéos et disques compacts qui fournissent des renseignements sur des produits exclusifs;
- les articles ornés du logo du démarcheur notamment les vêtements et les serviettes;
- les abonnements au site Web de l'entreprise du démarcheur;
- les droits d'entrée à des séminaires et à des réunions dont l'objet est de faciliter la promotion, la vente ou la distribution des produits exclusifs du démarcheur.

Dans les exemples ci-dessous, l'entrepreneur indépendant achète un article donné du démarcheur. De plus, il faut présumer que l'article a été acquis, fabriqué ou produit soit par le démarcheur, soit par l'entrepreneur indépendant.

Exemple 1

Un démarcheur vend des produits de beauté. Un entrepreneur indépendant achète une trousse de présentation qui contient des échantillons de produits de beauté ainsi que des applicateurs jetables. De temps à autre, l'entrepreneur indépendant doit regarnir

sa trousse en achetant d'autres échantillons. Les consommateurs ont la possibilité d'essayer les produits et de connaître leurs avantages avant de les acheter. La trousse de présentation, les échantillons de rechange et les applicateurs constituent tous du matériel de promotion. Ils facilitent la promotion et la vente des produits pour l'entrepreneur indépendant.

Exemple 2

Un démarcheur achète des produits de soins à domicile. Un entrepreneur indépendant achète des étiquettes à suspendre aux portes sur lesquelles sont inscrits son nom, son numéro de téléphone, son adresse, le nom du démarcheur et le genre de produits exclusifs. Il suspend les étiquettes aux poignées de porte des maisons dans son quartier. Ces étiquettes de porte constituent du matériel de promotion. Elles facilitent la promotion et la vente des produits exclusifs par l'entrepreneur indépendant en fournissant aux clients éventuels des renseignements sur la façon de communiquer avec l'entrepreneur ou de passer des commandes.

Exemple 3

Un démarcheur vend des aliments spécialisés pour chiens. Un entrepreneur indépendant achète des brochures qui expliquent les bienfaits de ces aliments et les quantités à donner selon la taille du chien. Ces brochures constituent du matériel de promotion. Elles facilitent la vente du produit exclusif en présentant ses bienfaits.

Exemple 4

Un démarcheur vend des articles ornementaux. Un entrepreneur indépendant achète plusieurs livres et disques compacts qui expliquent comment améliorer ses techniques de vente et comment faire bonne impression. Ces livres et ces disques compacts constituent du matériel de promotion. Ils facilitent la vente des produits exclusifs.

Exemple 5

Un démarcheur vend des suppléments nutritifs. Un entrepreneur indépendant achète un livre qui explique l'importance de certaines vitamines sur la santé des gens. Ce livre constitue du matériel de promotion. Il facilite la vente des suppléments nutritifs.

Exemple 6

Un entrepreneur indépendant achète un chandail orné du logo de son démarcheur. Ce chandail constitue du matériel de promotion. Il facilite la promotion des produits exclusifs du démarcheur.

Exemple 7

Un entrepreneur indépendant paie des frais mensuels pour être abonné au site Web de son démarcheur en vue de passer des commandes et d'obtenir des directives du démarcheur. L'abonnement au site Web de l'entreprise constitue du matériel de promotion. Il facilite la vente et la distribution des produits exclusifs du démarcheur.

Exemple 8

Un entrepreneur indépendant paie un droit d'entrée pour assister à une conférence sur la motivation et le leadership. La conférence est produite par le démarcheur. Le droit d'entrée à la conférence constitue du matériel de promotion. Il facilite la promotion, la vente ou la distribution des produits exclusifs du démarcheur.

Qu'est-ce qui ne constitue pas du matériel de promotion?

Voici des articles qui ne sont pas considérés comme du matériel de promotion :

- un produit exclusif d'un démarcheur, à moins qu'il ne s'agisse d'un produit qui n'est pas destiné à la revente (p. ex. un bien étiqueté comme « échantillon » ou « non destiné à la revente »);
- les biens qu'un entrepreneur indépendant achète pour les utiliser à titre d'immobilisations. Les immobilisations sont des biens pour lesquels une personne ne peut déduire le prix d'achat total aux fins de l'impôt sur le revenu pour l'exercice au cours duquel la personne l'a acheté;
- les livres, cassettes, vidéos et disques compacts qui portent sur des sujets commerciaux de nature générale;
- les vêtements ou les marchandises qui ne sont pas ornés du logo du démarcheur;
- les services;
- les droits d'entrée à des conférences, à des séminaires ou à d'autres activités de nature générale.

Exemple 9

Un démarcheur vend des bougies. Son entrepreneure indépendante brûle certaines des bougies lors de ses démonstrations à domicile afin que les clients puissent sentir le parfum qu'elles dégagent. Les bougies qu'elle brûle pendant les démonstrations sont des produits exclusifs de son démarcheur et elles ne sont pas désignées comme « échantillons » ou « non destinées à la revente ». Les bougies ne constituent pas du matériel de promotion puisqu'il s'agit de produits exclusifs et qu'elles ne sont pas désignées comme « non destinées à la revente ».

Exemple 10

Un démarcheur vend des produits pour le soin de la peau. Son entrepreneure indépendante achète une machine qui analyse les problèmes de la peau. Selon les résultats de la machine, l'entrepreneure peut déterminer quels produits du démarcheur conviennent le mieux au type de peau d'un client. Elle peut déduire seulement une partie du coût de la machine aux fins de l'impôt sur

le revenu chaque année. La machine n'est pas considérée comme du matériel de promotion puisqu'elle constitue une immobilisation.

Exemple 11

Un entrepreneur indépendant vend des chandails à motifs variés dans un choix de six couleurs qui changent chaque année. Les chandails sont offerts en trois tailles différentes. Au début de la saison, il achète six chandails qu'il utilise comme échantillons, soit un de chaque couleur et chacun comportant un motif différent. Il s'assure d'avoir au moins un chandail de chaque taille. À la fin de la saison, il vend ces chandails à un prix réduit. Ces chandails utilisés comme échantillons sont des produits exclusifs de son démarcheur et ils ne sont pas désignés comme « échantillons » ou « non destinés à la revente ». Par conséquent, il ne s'agit pas de matériel de promotion.

Service d'expédition ou de manutention, ou d'exécution des commandes

Le service d'expédition ou de manutention, ou d'exécution des commandes, pour d'autre matériel de promotion ou des produits exclusifs constitue du matériel de promotion.

Service d'expédition ou de manutention

Le service d'expédition ou de manutention d'un produit ou de matériel de promotion constitue du matériel de promotion. En vue de déterminer si un service d'expédition ou de manutention est fourni, les démarcheurs et les entrepreneurs indépendants doivent tenir compte des conditions de l'entente pour la livraison des produits exclusifs ou du matériel de promotion.

Lorsque le fournisseur conserve la propriété du produit exclusif jusqu'à ce qu'il soit remis à un transporteur (c.-à-d. le titre du produit est transféré lorsque le produit est remis au transporteur), le service d'expédition ou de manutention constitue une fourniture distincte. Par conséquent, il s'agit de matériel de promotion.

Exemple 12

Un démarcheur vend des outils de cuisine à un entrepreneur indépendant qui, à son tour, les vend aux consommateurs. Le démarcheur perçoit un montant de l'entrepreneur indépendant pour l'expédition et la manutention. Selon les conditions de livraison d'un outil de cuisine à l'entrepreneur indépendant, le démarcheur en conserve la propriété jusqu'à ce qu'il soit remis au transporteur. Dans ce cas, le service d'expédition et de manutention constitue une fourniture distincte et, par conséquent, du matériel de promotion.

L'expédition ou la manutention ne sont pas du matériel de promotion lorsque le fournisseur conserve la propriété du produit exclusif jusqu'à ce qu'il soit livré à l'adresse de l'acheteur (c.-à-d. le titre du produit est transféré lorsque l'entrepreneur indépendant ou le consommateur reçoit le produit). Dans ce cas, l'expédition ou la manutention font partie du prix de vente au détail suggéré du produit exclusif, lequel représente le prix le plus bas publié par le démarcheur que paie un consommateur pour un produit exclusif.

Si un démarcheur publie un montant distinct pour l'expédition et la manutention, l'expédition et la manutention font toujours partie du prix de vente au détail suggéré. Les deux montants ensemble représenteraient toujours le prix le plus bas publié par le démarcheur qu'un consommateur s'attend à payer pour un produit exclusif.

Exemple 13

Un démarcheur vend des vêtements pour enfants à un entrepreneur indépendant qui, à son tour, les vend aux consommateurs. Le catalogue de produits mentionne le prix de vente au détail suggéré pour les produits, ainsi qu'un énoncé selon lequel des frais d'expédition et de manutention de 5 \$ s'appliquent pour chaque commande de produits exclusifs d'un client.

Le démarcheur perçoit des frais de 5 \$ de l'entrepreneur indépendant pour l'expédition et la manutention. Selon les conditions de l'entente de livraison des produits à l'entrepreneur

indépendant, le démarcheur conserve la propriété des produits jusqu'à ce qu'ils soient livrés à l'adresse de l'entrepreneur indépendant.

Étant donné les conditions de livraison des vêtements, l'expédition et la manutention ne constituent pas du matériel de promotion. Ils font partie du prix de vente au détail suggéré pour les produits.

Service d'exécution des commandes

Le service d'exécution des commandes de matériel de promotion ou de produits d'un démarcheur constitue du matériel de promotion.

Exemple 14

Un démarcheur perçoit des frais d'exécution de 4 \$ de son entrepreneur indépendant pour chaque commande de matériel de promotion. Le service d'exécution des commandes de matériel de promotion constitue du matériel de promotion.

Renseignements supplémentaires

Si vous n'êtes pas certain qu'un article constitue ou non du matériel de promotion, communiquez avec le bureau des décisions en matière de TPS/TVH au 1-800-959-8296. Vous pouvez aussi demander une décision ou une interprétation écrite. Pour en savoir plus, consultez le memorandum sur la TPS/TVH 1.4, *Service de décisions et d'interprétations en matière d'accise et de TPS/TVH*.

Les renseignements dans cette publication ne remplacent pas les dispositions de la *Loi sur la taxe d'accise* (la Loi) et des règlements connexes. Ils vous sont fournis à titre de référence. Comme ils ne traitent peut-être pas des aspects de vos activités particulières, vous pouvez consulter la Loi ou le règlement pertinent ou communiquer avec n'importe quel bureau des décisions en matière de TPS/TVH de l'ARC pour obtenir plus de renseignements. En cas d'incertitude sur une question donnée relative à la TPS/TVH, vous devriez demander une décision auprès de l'ARC. Le dépliant *Bureaux des décisions en matière de TPS/TVH – Les experts des dispositions législatives sur la TPS/TVH* (RC4405) renferme une explication de la façon d'obtenir une décision, ainsi qu'une liste des bureaux des décisions en matière de TPS/TVH. Si vous désirez obtenir un renseignement technique sur la TPS/TVH par téléphone, composez le 1-800-959-8296.

Si vous êtes situé au Québec et que vous désirez obtenir un renseignement technique ou une décision en matière de TPS/TVH, contactez Revenu Québec en composant le 1-800-567-4692, ou visitez son site Web à www.revenu.gouv.qc.ca pour obtenir des renseignements généraux.

Toutes les publications techniques sur la TPS/TVH se trouvent dans le site Web de l'ARC à www.arc.gc.ca/tpstvhtech.