



Ottawa, le lundi 20 décembre 1993

Appel n° AP-92-206

EU ÉGARD À un appel entendu le 15 avril 1993 aux termes de l'article 67 de la *Loi sur les douanes*, L.R.C. (1985), ch. 1 (2^e suppl.);

ET EU ÉGARD À une décision rendue par le sous-ministre du Revenu national pour les douanes et l'accise le 1^{er} septembre 1992 concernant une demande de réexamen présentée aux termes de l'article 63 de la *Loi sur les douanes*.

ENTRE

**FRONTIER DISTRIBUTING
O/B 531442 ONTARIO INC.**

Appelant

ET

**LE SOUS-MINISTRE DU REVENU NATIONAL
POUR LES DOUANES ET L'ACCISE**

Intimé

DÉCISION DU TRIBUNAL

L'appel est admis.

Arthur B. Trudeau

Arthur B. Trudeau
Membre président

Charles A. Gracey

Charles A. Gracey
Membre

Desmond Hallissey

Desmond Hallissey
Membre

Michel P. Granger

Michel P. Granger
Secrétaire

RÉSUMÉ OFFICIEUX

Appel n° AP-92-206

**FRONTIER DISTRIBUTING
O/B 531442 ONTARIO INC.**

Appelant

et

**LE SOUS-MINISTRE DU REVENU NATIONAL
POUR LES DOUANES ET L'ACCISE**

Intimé

Les marchandises en cause dans le présent appel sont deux types d'enveloppes. Elles faisaient partie d'une livraison unique comprenant quatre différents composants, à savoir : a) une enveloppe extérieure portant l'étiquette «Postes Canada - En nombre» et munie d'une fenêtre en plastique destinée à laisser paraître l'adresse du destinataire; b) une enveloppe de retour marquée «port payé», pour la réponse; c) une carte de commande de retour portant des renseignements publicitaires et des espaces destinés à recevoir le nom de l'acheteur, son numéro de carte de crédit, etc.; et d) une lettre publicitaire de six pages. La question dans le présent appel consiste à déterminer si les enveloppes sont correctement classées dans le numéro tarifaire 4907.00.90 à titre d'enveloppes affranchies, comme l'a prétendu l'intimé, ou si elles sont plus correctement classées dans le numéro tarifaire 4911.10.91 à titre d'imprimés publicitaires, comme l'a prétendu l'appelant.

DÉCISION : *L'appel est admis. Il apparaît au Tribunal que les quatre composants qui constituaient les marchandises importées étaient destinés à être utilisés conjointement dans un même ensemble. C'est ainsi, par exemple, que certaines des formules accrocheuses contenues dans la lettre publicitaire sont imprimées sur l'enveloppe extérieure. De plus, la taille des composants est calculée, et eux-mêmes sont conçus de façon à pouvoir être assemblés sous la forme d'un même article postal servant d'imprimé publicitaire. Il apparaît que chaque composant est essentiel à l'ensemble et qu'aucun des composants n'a d'utilité apparente s'il n'est pas combiné aux autres. Après avoir examiné les marchandises en cause, le Tribunal n'hésite pas à convenir qu'elles font partie d'un ensemble publicitaire qui a été présenté, au moment de l'importation, à l'état démonté.*

*Lieu de l'audience : Ottawa (Ontario)
Date de l'audience : Le 15 avril 1993
Date de la décision : Le 20 décembre 1993*

*Membres du Tribunal : Arthur B. Trudeau, membre président
Charles A. Gracey, membre
Desmond Hallissey, membre*

Avocat pour le Tribunal : David M. Attwater

Greffier : Janet Rumball

Appel n° AP-92-206

**FRONTIER DISTRIBUTING
O/B 531442 ONTARIO INC.**

Appelant

et

**LE SOUS-MINISTRE DU REVENU NATIONAL
POUR LES DOUANES ET L'ACCISE**

Intimé

TRIBUNAL : ARTHUR B. TRUDEAU, membre président
CHARLES A. GRACEY, membre
DESMOND HALLISSEY, membre

MOTIFS DE LA DÉCISION

Le présent appel est interjeté aux termes de l'article 67 de la *Loi sur les douanes*¹ (la Loi) à l'égard d'une décision rendue par le sous-ministre du Revenu national pour les douanes et l'accise en application de l'article 63 de la Loi. Le Tribunal a statué sur l'affaire sur la foi d'exposés écrits conformément à l'article 25 des *Règles du Tribunal canadien du commerce extérieur*².

Les marchandises en cause dans le présent appel sont deux types d'enveloppes. Elles faisaient partie d'une livraison unique importée par l'appelant le 16 avril 1990. La livraison comprenait quatre éléments différents, à savoir :

- a) une enveloppe extérieure portant l'étiquette «Postes Canada - En nombre» et munie d'une fenêtre en plastique destinée à laisser paraître l'adresse du destinataire;
- b) une enveloppe de retour marquée «port payé», pour la réponse;
- c) une carte de commande de retour portant des renseignements publicitaires et des espaces destinés à recevoir le nom de l'acheteur, son numéro de carte de crédit, etc.;
- d) une lettre publicitaire de six pages.

Il est indiqué dans le mémoire révisé de l'appelant que les produits susmentionnés ont été achetés par Boardroom Reports, Inc. (Boardroom) de New York, à des fournisseurs distincts aux fins d'exportation au Canada. Les quatre éléments ont été réunis à Tonawanda (New York), où ils ont été remis à l'appelant. Au Canada, l'appelant a apposé les étiquettes portant les adresses sur les cartes de commande, adresses destinées à être visibles dans les fenêtres des enveloppes extérieures. Les éléments ont ensuite été assemblés et introduits dans les enveloppes extérieures. Le courrier a été trié en fonction du code postal, ensaché selon les règlements de la Société canadienne des postes (Postes Canada), et mis à la poste. L'appelant a ensuite rendu compte à Postes Canada de ce qui avait été mis à la poste. Les enveloppes de retour, plus

1. L.R.C. (1985), ch. 1 (2^e suppl.).

2. DORS/91-499, le 14 août 1991, *Gazette du Canada* Partie II, vol. 125, n° 18 à la p. 2912.

petites, sont pré-adressées à l'appelant. Toutes les cartes de commande renvoyées à l'appelant sont transmises à Boardroom.

Au moment de leur entrée au Canada, les quatre composants ont été classés dans le numéro tarifaire 4911.10.91 de l'annexe I du *Tarif des douanes*³ à titre d'imprimés publicitaires ne contenant pas de matériel publicitaire se rapportant aux produits ou services canadiens. Après que l'appelant eut demandé une révision de l'appréciation de la valeur des marchandises aux termes de l'alinéa 60(1)b) de la Loi, les enveloppes en cause ont été reclassées dans le numéro tarifaire 4817.10.00 à titre d'enveloppes, et ce, parce que [traduction] «différentes quantités ont été produites pour chaque partie publicitaire, et les valeurs ont été calculées séparément». Après une nouvelle demande de réexamen du classement tarifaire des enveloppes, l'intimé a classé les marchandises en cause dans le numéro tarifaire 4907.00.90 à titre d'enveloppes affranchies.

La question dans le présent appel consiste à déterminer si les enveloppes sont correctement classées dans le numéro tarifaire 4907.00.90 à titre d'enveloppes affranchies, comme l'a prétendu l'intimé, ou si elles sont plus correctement classées dans le numéro tarifaire 4911.10.91 à titre d'imprimés publicitaires, comme l'a prétendu l'appelant. Aux fins du présent appel, la nomenclature tarifaire pertinente se lit comme suit :

4907.00	<i>Timbres-poste, timbres fiscaux et analogues, non oblitérés, ayant cours ou destinés à avoir cours dans le pays de destination; papier timbré; billets de banque; chèques; titres d'actions ou d'obligations et titres similaires.</i>
4907.00.90	<i>---Autres</i>
49.11	<i>Autres imprimés, y compris les images, les gravures et les photographies.</i>
4911.10	<i>-Imprimés publicitaires, catalogues commerciaux et similaires</i>
	<i>---Autres :</i>
4911.10.91	<i>----Ne contenant pas de matériel publicitaire se rapportant aux produits ou services canadiens</i>

Le représentant de l'appelant a plaidé que les enveloppes n'étaient pas affranchies. Elles portaient «l'empreinte d'affranchissement», c'est-à-dire un permis ou numéro de compte désignant une autorisation donnée par Postes Canada pour le «système d'affranchissement en numéraire». L'empreinte d'affranchissement n'a pas de valeur tant qu'elle n'est pas présentée à Postes Canada.

Le représentant de l'appelant a expliqué que l'appelant a utilisé l'ensemble des composants pour fournir un service à Boardroom. Les composants, considérés individuellement, ne sont d'aucune valeur. Ils ont été conçus pour être utilisés dans le cadre d'un système visant à attirer l'attention du public sur un produit. Dans le mémoire de l'appelant, la publicité est définie comme [traduction] «tout système ou toute méthode servant à attirer l'attention du public sur un événement ou un produit».

3. L.R.C. (1985), ch. 41 (3^e suppl.).

Le représentant de l'appelant a cité la Règle 2 a) des *Règles générales pour l'interprétation du Système harmonisé*⁴ (les Règles générales) qui prévoit, entre autres choses, que toute référence à un article dans une position déterminée couvre cet article complet ou fini lorsqu'il est présenté à l'état démonté ou non monté. Le représentant a plaidé que les quatre composants constituent un système publicitaire à l'état démonté, tous classables à titre d'imprimés publicitaires jusqu'à concurrence de la quantité la moins élevée de tout élément des quatre composants.

Citant la Règle 1 des Règles générales, l'avocat de l'intimé a plaidé que, pour déterminer le classement qui convient aux marchandises, il faut considérer tout d'abord les termes des positions et des Notes de Sections ou de Chapitres. Ce n'est que lorsque ces sources ne fournissent pas de précisions suffisantes pour classer les marchandises qu'il peut être fait usage des autres Règles générales. L'avocat a fait valoir que puisque les enveloppes en cause sont spécifiquement visées par les termes de la position n° 49.07 et par ceux des Notes explicatives⁵ pertinentes, il n'est pas nécessaire de se reporter à la Règle 2 a) des Règles générales pour déterminer le classement qui convient. L'avocat s'est reporté à plusieurs reprises aux Notes explicatives pour étayer son assertion selon laquelle les enveloppes relèvent de la position n° 49.07. Il a également cité la Note 2 du Chapitre 49 des Notes explicatives, qui donne le sens du mot «imprimé».

L'avocat de l'intimé a fait valoir que l'appelant, en mettant l'accent sur le «système» publicitaire, fait une analyse de l'utilisation finale qui dépend de l'applicabilité de la Règle 2 a) des Règles générales et qu'il ne tient aucun compte du fait que les marchandises ont passé la frontière à titre de quatre entités distinctes qui peuvent être classées dans leurs positions respectives conformément à la Règle 1 des Règles générales. Citant les Notes explicatives de la Règle 2 a), l'avocat a plaidé que les marchandises en cause n'étaient pas «démontées», selon la définition de ce terme.

La question, dans le présent appel, consiste à savoir quel est le classement tarifaire qui convient aux deux types d'enveloppes. L'appelant soutient que les enveloppes font partie intégrante d'ensembles démontés et qu'elles doivent donc être classées avec les autres marchandises dans le numéro tarifaire 4911.10.91. L'intimé prétend que le classement qui convient est le numéro tarifaire 4907.00.90.

Il apparaît au Tribunal que les quatre éléments qui constituaient les marchandises importées étaient destinés à être utilisés conjointement dans un même ensemble. C'est ainsi, par exemple, que certaines des formules accrocheuses contenues dans la lettre publicitaire sont imprimées sur l'enveloppe extérieure. De plus, la taille des composants est calculée, et eux-mêmes sont conçus, de façon à ce qu'ils puissent être assemblés sous la forme d'un même article postal servant d'imprimé publicitaire. Il apparaît que chaque composant est essentiel à l'ensemble et qu'aucun des composants n'a d'utilité apparente s'il n'est pas combiné aux autres. Après avoir examiné les marchandises en cause, le Tribunal n'hésite pas à convenir qu'elles font partie d'un ensemble publicitaire qui a été présenté, au moment de l'importation, à l'état démonté.

Au moment de l'importation, les quatre composants étaient emballés séparément, quoique présentés ensemble. Selon l'explication fournie par l'appelant, les quatre composants provenaient

4. *Ibid.*, annexe I.

5. *Notes explicatives du Système harmonisé de description et de codification des marchandises*, Conseil de coopération douanière, 1^{re} éd., Bruxelles, 1986.

de sources différentes et ont été transportés séparément jusqu'à un groupeur de fret pour être réunis et transportés ultérieurement au Canada. Comme le travail d'assemblage des imprimés publicitaires devait se faire au Canada, l'emballage d'origine n'a pas été modifié.

Dans la déclaration détaillée relative au rajustement, la raison donnée pour le classement séparé des enveloppes était que [traduction] «différentes quantités ont été produites pour chaque partie publicitaire, et les valeurs ont été calculées séparément». Quoique l'intimé ne l'ait pas explicitement précisé, le Tribunal peut conclure que les marchandises auraient pu être considérées comme faisant partie d'un même numéro tarifaire si les parties séparées avaient été produites dans les mêmes quantités. Cependant, l'appelant a expliqué que, puisque les composants séparés provenaient de différents fournisseurs, il n'était pas étonnant qu'il y ait des variations mineures entre les quantités de chaque article fourni. Dans le mémoire de l'appelant, il est indiqué que 974 322 articles postaux ont été mis à la poste et que, à l'exception de quelques échantillons conservés pour les besoins de la présente cause, le reste a été détruit.

Le Tribunal n'est pas au courant de la différence exacte entre les quantités des articles séparés. Cependant, le Tribunal accepte l'explication donnée pour cette différence et ne voit donc pas de raison pour rejeter le classement d'origine. Cette décision rend inutile l'examen des autres questions concernant le classement des enveloppes en tant qu'entité séparée.

En conséquence, l'appel est admis.

Arthur B. Trudeau

Arthur B. Trudeau
Membre président

Charles A. Gracey

Charles A. Gracey
Membre

Desmond Hallissey

Desmond Hallissey
Membre